

Herr Rausch Fotografie

# Grundlagen des Marketing

Teil 1

Sven Rausch  
14.6.2020

# Grundlagen des Marketing Teil1

Liebe Freunde der schöneren Fotografie,

da ich an mir selbst große Schwächen im Marketing spürte, entdeckte und bemerkte. Entschloss ich mich diesmal nicht an die Youtube-Universität zu gehen, um Wissenslücken notdürftig mit einem Behelfspflaster zu schließen. Ich entschloss mich diesmal dazu, ein Fachbuch zu kaufen. Irgendwie hatte ich keine Lust mehr auf diesen unzulänglichen Flickenteppich. Ich erwarb „Grundlagen des Marketings“ von Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris und Nigel Piercy aus dem Pearson Verlag und erhalte gerade wegen der Mängel in meinem Marketing zu diesem Zeitpunkt keinerlei monetären Ausgleich, für die Erwähnung des Buches.

Ich weiß mittlerweile, dass ich zu den großen Ausnahmen gehöre und in Büchern lesen, um aus den dort enthaltenen Informationen etwas Neues zu erlernen oder zu erfahren. In dem Wissen, dass ich in meinem Umfeld von erschreckend vielen Mitmenschen umgeben bin, die Bücher lieber als unterhaltenden Brandbeschleuniger für ihre Grillparty einsetzen. Lasse ich es mir dennoch nicht nehmen, euch von meinem bescheidenen Wissenszuwachs zu erzählen. Das Buch ist groß, bunt und dick. Es hat, an die eintausend (1.000) Seiten und benötigte ca. fünfzig (50) Seiten, um bei mir alles über den Haufen zu schmeißen, was ich bisher glaubte über *Marketing* zu wissen. Ich entschloss mich sehr schnell, ganz einfach für mich ganz von vorne anzufangen und so einiges geradezurücken.

Kurze Rede, langer Sinn! Lass uns beginnen.

## Was ist Marketing?

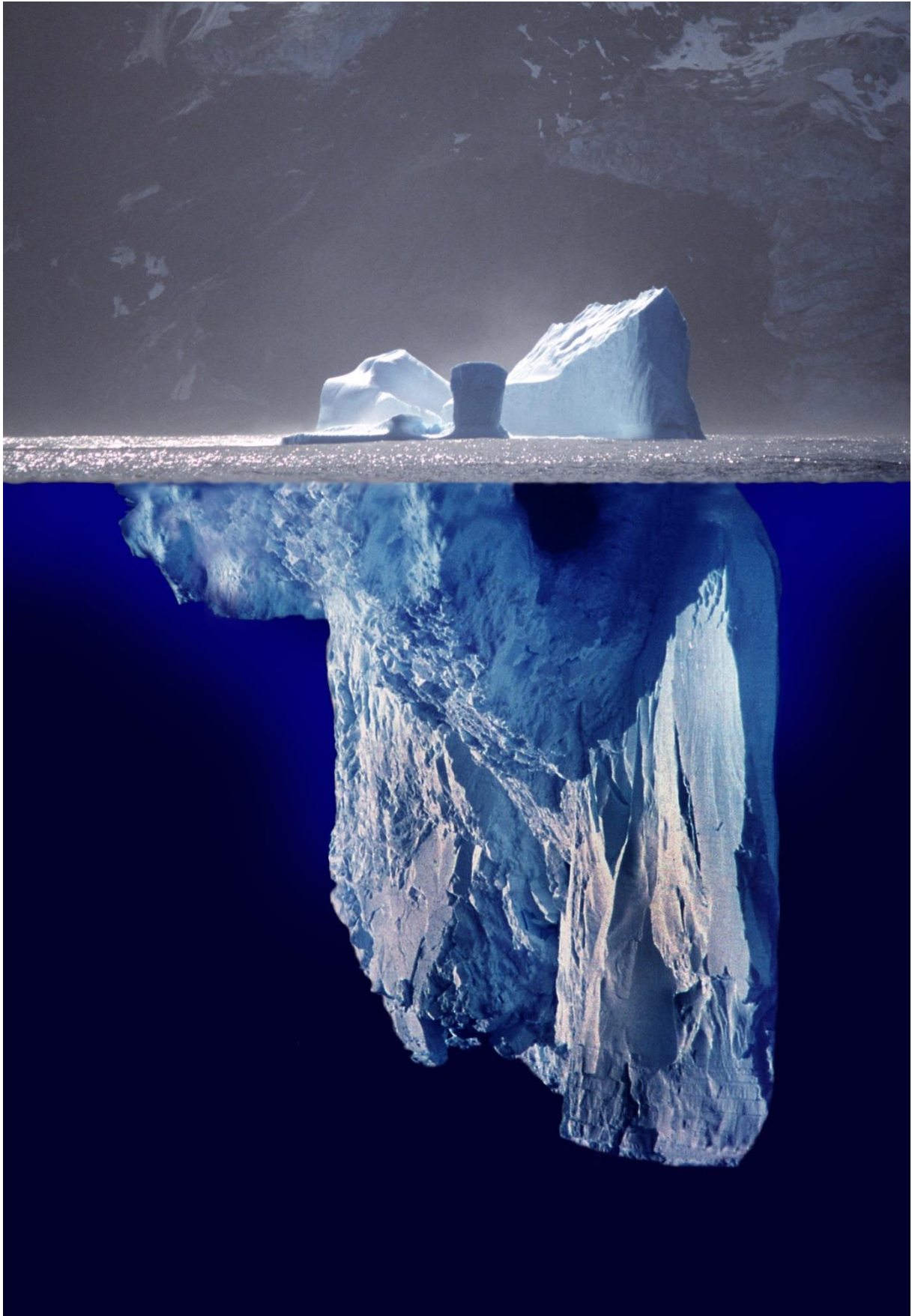
Kurz gesagt:

- Marketing ist eine „Form der Kommunikation“ mit seinen Mitmenschen, mit dem Ziel eine gleichberechtigte und gleichwertige Beziehung aufzubauen und zu pflegen.
- Die Form der Kommunikation (das Marketing) hat des Weiteren zum Ziel, dass die Kommunikationspartner im jeweils anderen einen Wert erkennen und generieren, um zum Beispiel diese Werte miteinander zu tauschen, zu vergleichen oder einfach zu besprechen.

## Was bedeutet Marketing?

Viele leben und lebten im Glauben (einschließlich mir), dass es im Marketing einzig und allein um Verkauf und Werbung geht. Dies ist im ersten Moment auch nicht weiter erstaunlich, wenn wir uns die täglichen Massen an Werbung vor Augen führen, der wir täglich ausgesetzt sind.

Verkauf und Werbung sind jedoch nur die berühmte Spitze des Eisbergs, wenn es darum geht Marketing in seiner Gesamtheit zu erfassen.



Es wirken dieselben Kommunikationstechniken, welche wir zu Hause pflegen, wenn wir unsere Familie vom Urlaub in Spanien überzeugen wollen. Selbst die verantwortungsvollste, konsumscheueste und alternativste Mutter dieser Welt, muss zu einer bestimmten Kommunikationsstrategie greifen, wenn es darum geht den Sprösslingen Rosenkohl oder Broccoli zu servieren, während der *Kundenwusch* „Fischstäbchen mit Pommes+ Mayo“ lautet. Es sind mitunter ausgeklügelte Kommunikationsstrategien, welche wirksam werden, wenn es um die Werbung eines neuen Lebenspartners geht.

**Marketing ist keine künstliche Erfindung des kritisierten Kapitalismus, es ist nichts Unnatürliches oder Abnormales.**

Es bleibt dir an dieser Stelle selbst überlassen, ob du Marketing als völlig entsetzliches, manipulierendes und zu verbotenes Mittel zu bezeichnen. Es ist jedoch völlig aussichtslos die Idee des „teuflischen Marketings“ ohne jegliche strategische Kommunikation (Marketing) in die Welt zu tragen, um eine Mehrheit zu bilden, welche genug Interessen bündelt, um die Manipulation durch „teuflisches“ Marketing zu unterbinden.

## Am Anfang steht immer eine Idee

Marketing beginnt also nicht bei dem Verkauf von irgendetwas, sondern bei der Entwicklung einer Idee. In den häufigsten Fällen sitzen zwei Personen zusammen (Kommunikationspartner), welche dieselben Interessen haben und sich gegenseitig wertschätzen. Einer der beiden beginnt eine Idee zu formulieren, während der andere seine Meinung dazu äußert und auf die Idee einwirkt. Welch ein verwertbares Produkt aus dieser Idee entwickelt wird, dass letztlich verkauft werden soll ist zu diesem Zeitpunkt noch gar nicht absehbar.

Das Marketing des Fotografen beginnt also an dem Tag, an dem er sich an seine engsten Vertrauten und Freunde wendet und sagt:

„Ich überlege gerade, ob ich mich als Fotograf selbstständig machen sollte. Was meinst du dazu?“

Es ist derselbe Moment, an dem der angehende Fotograf die Bedürfnisse seine Mitmenschen identifizieren, analysieren und erforschen muss (Marketinganalyse). Ohne dieses Wissen, ohne diese Erkenntnisse ist es dem Fotografen unmöglich ein Produkt oder eine Dienstleistung zu entwickeln, welches von allen Beteiligten als profitabel, wertvoll, wichtig und erhaltenswert erkannt wird. Das erschwerende Hindernis kommt hinzu, dass sich Gesellschaften, Freunde, Kunden und der Fotograf selbst in einem ständigen Wandel stehen. Dies hat zur Folge, dass sich auch die Bedürfnisse aller Beteiligten ständig ändern, mit der zwangsläufigen Folge, dass sämtliche Ideen, Produkte, Erzeugnisse und Dienstleistungen ständig angepasst, verändert und verbessert werden müssen. Schließlich will jeder von uns mindestens für seine geliebten Mitmenschen interessant bleiben.

## Der Supergau

Der Supergau der Kommunikation tritt in dem Moment ein, wenn die deine bisherigen Gesprächspartner wegbrechen und nicht mehr zu hören wollen. Irgendetwas oder irgendwer ist altbacken, desinteressiert, altmodisch, langweilig oder eine Weiterführung der Unterhaltung mit meinem Gegenüber fühlt sich sinnlos oder hoffnungslos an.

**Spätestens jetzt sollte jeder erkannt haben, dass Marketing wesentlich früher anfängt als beim Verkauf und der Werbung.**

Grunde ist es sehr einfach am Anfang des Marketings. Ist es nicht bei jedem von uns so, dass wir unsere Ideen nur Mitmenschen mitteilen, mit denen wir uns sowieso gerne Unterhalten, weil wir uns einen neuen Impuls, eine neue Erkenntnis oder eine Anregung wünschen. Anfangs ist es tatsächlich sehr leicht sich auf seine „Zielgruppe“ zu konzentrieren. Mit dem Verstreichen von Zeit, mit der Zunahme von Reife deiner fixen Ideen, sich als Fotograf selbstständig zu machen. Jedoch neigt der hastige, unüberlegte und vom Aktionismus befallene Fotograf, der sich schnellst möglich selbstständig machen möchte dazu, seine Hausaufgaben nicht ordentlich zu machen. Es bedeutet das du ein Produkt oder eine Dienstleistung auf die Menschheit los lässt, ohne vorher zu checken, ob es wirklich nötig, wichtig und erstrebenswert ist, noch ein weiterer Instagram und Facebook Fotograf zu werden, der sein Selbstwert mit weiteren TFP-Beauty-Fashion-Shootings komplett aushöhlt und untergräbt. Das Ergebnis der Unterlassung dieser Hausaufgaben, welche in der Bedarfsanalyse, der Kosten-/Nutzen-Analyse und in der gründlichen Untersuchung der Nachfrage gerade deiner Fotografien besteht, führt nicht selten in dem Verlust an der Leidenschaft der Fotografie selbst. Es ist gerade die Beschäftigung mit dem Marketing, welche dich mit genug Wissen und Rüstzeug ausstattet, dass du in der Lage bist, für deine Mitmenschen eine Idee, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu entwickeln, welche für alle Beteiligten mindestens als sinnvoll erkannt wird. Es grenzt dabei an einer Wahnvorstellung, wenn du tatsächlich daran glaubst, dass du wirklich alle und jeden mit deiner begeisterst und mitreißt. Im echten, normalen Leben ist es nicht ohne Grund so, dass du mit deinen Ideen grundsätzlich und immer auf Befürworter, Skeptiker und Antagonisten triffst. In meinem Artikel „[Ich habe keine Zeit für deine Negativität](#)“ sprach ich von „negativen“ Menschen. Es sind Menschen, welche sich lieber ein Bein amputieren, als dir auch nur mit einer einzigen ihrer Äußerungen in irgendeiner Weise positiv weiterzuhelfen. Damit du in der Lage bist, für diese Menschen frühzeitig genug uninteressant zu wirken, bist du gezwungen eine Zielgruppe zu definieren. Eine Definition der Zielgruppe bedeutet immer, dass es Menschen gibt, mit denen du nicht kommunizieren möchtest und musst. Auch diesen Vorgang finden wir im völlig schnöden und normalen Leben auch, auch dort existieren Menschen, mit denen wir mit großer Freude und Enthusiasmus diskutieren, reden und blöden. Gleichzeitig existieren Menschen, denen wir gerne aus dem Wege gehen, deren Standpunkte wir nicht teilen und deshalb ständig miteinander disputieren. Erst mit der Existenz einer Zielgruppe, bist du in der Lage, für die Zielgruppe spezifische, evidente und nachvollziehbare Wünsche und Bedürfnisse zu entdecken, zu entwickeln und zu bedienen. Erst dann kannst du dich konkurrenzfähig platzieren, um mit Hilfe einer originellen Werbung Aufmerksamkeit zu erzeugen, für ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Idee, bei der eine tatsächliche Nachfrage besteht. Die Distribution, die Verteilung, das Weitertragen und der Verkauf deiner Ideen, dieses Produktes oder deiner Dienstleistung geschieht dann fast von allein. Jedoch bist du dazu gezwungen nicht jeden „Hans und Franz“ mit deiner Arbeit beliefern zu wollen.

## Die Konklusion meiner Gedanken

Im weiteren Sinn ist Marketing:

- Nichts anderes als menschliches Sozialverhalten, bei dem sich die beteiligten Individuen darauf einigten, miteinander etwas Werthaltiges zu erschaffen bzw. zu tauschen.

Für dich als Fotograf bedeutet es im engeren Sinn:

- Du bist als Mensch in der Lage eine für beide Seiten interessante und lohnenswerte Beziehung aufzubauen und zu pflegen.

Beim nächsten Mal geht es um „Bedürfnisse, Wünsche und Nachfrage“ und mehr 😊

Lasst es euch guten gehen und bleibt fröhlich.

Euer Herr Rausch

Sven Rausch Fotografie  


[www.herrrausch.com](http://www.herrrausch.com)