

## Emil Hofmann beim Unternehmernetzwerk innotreff

Würzburg | 17.02.2014



Foto Behringer

**Marketingexperte Emil Hofmann hat mit einem Impuls-Vortrag vor rund 25 Unternehmern des regionalen Netzwerks innotreff im Würzburger Bürgerspital „Farbe bekannt“ zu althergebrachten Marketing-Instrumenten, die neben Social Media oft in Vergessenheit geraten: Ein Brief oder ein Gespräch am Telefon öffnet oftmals mehr Türen als der anonyme E-Mail-Versand.**

„Back to the Roots ist heute alles andere als old fashioned“, sagt einer der es wissen muss. Seit mehr als 18 Jahren ist Emil Hofmann als Gründungs-Missionar unterwegs. Das erfolgserprobte Marketingcoaching des gebürtigen Röttingers hat nicht zuletzt zu hunderten

Erfolgsgeschichten geführt: Von den glücklichen Inhaberinnen eines fränkischen Wasch-Salons bis zum Multi-Millionen-Euro-Konzern, der längst Marktführer ist.

### Abenteuer Selbstständigkeit

„Ein Hühnchen“ rupfte Hofmann sodann mit vielen zu einseitig überzeugten Twitter- und Facebook-Propheten. „Alles Social Media oder was?“ mit diesem Slogan provozierte Hofmann im Rahmen seines Vortrags mit kritischem Blick auf die Rolle der neuen Medien im Marketing und insbesondere der Neukunden-Gewinnung. Der Marketing-Experte alter Schule sehe mit Verdruss, wie er betonte, dass viele junge Unternehmensgründer blindlings in das Abenteuer Selbstständigkeit springen und dabei die Rolle der Neuen Medien gefährlich überschätzen.

„Entscheidend ist der intelligente Einsatz meiner Zeit – gerade in der Gründungsphase, wo Ressourcen knapp sind“, so der Coach. Weder Werbebrief, noch Suchmaschine, noch Twitter - einzig die vorausschauende Werbeplanung schaffe die beste Voraussetzung für zählbaren und langfristigen Unternehmenserfolg. Denn dieser sei unmittelbar verknüpft mit professioneller und zielgerichteter Kommunikation.

### Miteinander reden – im Dialog

Dabei, so Hofmann weiter, seien die Neuen Medien in manchen Branchen heute tatsächlich kaum wegzudenken. Wer aber den klassischen Dialog verlernt habe und nicht mehr wisse, dass ein direktes Gespräch oder zumindest telefonisch die mit Abstand wirksamste Kommunikationsform sei, vergeude in drastischem Ausmaß Ressourcen und Potenzial.

„Und warum nicht mal wieder einen Brief schreiben“, fragt Hofmann. Alt hergebracht hinterlässt ein Werbebrief, unterschrieben mit blauer Tinte, mehr Eindruck und Nachhaltigkeit beim Kunden, als eine farblose E-Mail unter hundert anderen im sowieso stets überfüllten Mail-Postfach. Nicht zuletzt zur Weihnachtszeit ist es für Hofmann ein Greul, wenn´s im Postfach blickt und glitzert mit Kugeln, Tannenbäumen und anderen Fest-Plattitüden.

So habe Briefeschreiben nichts mit „altmodisch“ zu tun. Vorausgesetzt, der Brief hebt ausschließlich nur den Kundennutzen hervor und spricht den Empfänger persönlich an – Hofmann: „ein guter Werbebrief wirbt nicht! – und das Porto für die Rückantwort übernimmt stets der Absender“. „Und noch eines“, gibt Hofmann zu bedenken. Das Briefende mit „Ich verbleibe mit freundlichen Grüßen“ sei ein absolutes No-Go in einem Dialog-Versuch. „Da verbleiben meist Absender und Empfänger in der Warteschleife“. Und überhaupt: „wahr ist nicht was A sagt, sondern was B versteht – unsere Mission muss sein, dass ihre Kunden bessere Geschäfte machen“, betonte Hofmann nachhaltig.

### Die innotreff-Referenzrunde

Hofmanns Impulsvortrag ging nahtlos in die innotreff- Referenzrunde über, bei der es obligatorisch um die möglichst prägnante Vorstellung des eigenen Business ging. Vom Anwalt für Markenrecht, den Spezialisten für Hochfotografie oder der ausgebildeten Kosmetikerin bis hin zum Gartentechniker und dem Experten für

Bewässerungsanlagen sowie Anbietern von Software, Elektro-Stimulationstraining oder einem Chauffeurdienst – beim innotreff gaben sich wieder die unterschiedlichsten Berufsbilder und Unternehmen ein Stelldichein.

Auch waren die innotreff-Gäste wieder eingeladen, sich von Tisch zu Tisch zu gesellen um die Professionen anderer Unternehmer besser kennenzulernen. Im Visier immer das bestmögliche Verständnis des Gegenübers und damit die echte Chance dessen bzw. deren Leistung weiterzuempfehlen. Die Empfehlung, so betonten die Veranstalter Stefan Beck und Udo Vonderlinden, sei ein grundsätzlich anderes Ziel, als der Geschäftsabschluss. Auf diese Weise bemühe man sich weniger um Verkaufsrhetorik, als vielmehr darum, dass ein potenzielles Gegenüber Persönlichkeit und Expertentum spüre. Diese beiden „Ingredienzen“ seien es, die Netzwerken zum spannenden Ansatz mache in der Erschließung neuer Interessentengruppen.

Der nächste innotreff 2014 findet statt am 24. April 2014. Ein neuer Veranstaltungsort wird rechtzeitig bekannt gegeben. Referent wird Oliver Dittmann sein, der einen Vortrag zum massiv aufstrebenden Berufszweig des Mediators halten wird: „Mediation: Streit vermeiden. Kosten sparen. Wie Sie verhindern, dass Konfliktkosten Ihr Ergebnis fressen?“

Text: UVO/EB

Fotos: Elmar Behringer

Mehr Infos unter [www.innotreff.de](http://www.innotreff.de)

**LESEN SIE AUCH DAS B4B-INTERVIEW IN DER RUBRIK 101 KÖPFE MIT EMIL HOFMANN**

*Bildzeile:*

*innotreff-Gründer Udo Vonderlinden (links) und Stefan Beck (rechts) zusammen mit Emil Hofmann.*

**ZUR BILDERGALERIE DES INNOTREFFS IN WÜRZBURG**