

## Marketing kann amüsant sein

«Kunstfehler im Marketing» ist ein interessantes Buch aus dem Leben eines Profis. Wolfgang Frick ist Marketing-Chef bei SPAR. Er beschreibt in seinem pointierten und praxisnahen Buch Fehler aus dem Marketing.

**Wann kam ihnen die Idee ein Buch über Marketing zu schreiben?**

Die Idee entstand während einer Autofahrt. Als Dozent für Marketing habe ich viele Bücher über Marketingthemen gelesen. Alle Autoren haben aus der Theorie heraus Themen aus dem Marketing behandelt. Als Mann aus der Praxis wollte ich aufzeigen wie Entscheidungen entstehen.

**Was ist an «Kunstfehler im Marketing» speziell?**

Es gibt unzählige Bücher über Marketing. Viele schildern einen idealtypischen Verlauf aus dem Labor. Im Alltag spielen Menschen, Kosten, Zeit und Konsumenten die wichtigste Rolle. Ich wollte aufzeigen wo Fehler passieren.

**Planen Sie weitere Bücher?**

Die erste Auflage hat sich sehr gut verkauft. Die zweite Auflage erscheint im Juli. Ich habe mit dem Buch den berühmten Nagel auf den Kopf getroffen. Die Möglichkeit, dass ich ein weiteres Buch schreiben ist durchaus da.

**Was ist gutes Marketing?**

Im Kern ist das sehr einfach. Gutes Marketing muss wie ein guter Witz sein. Die Pointe muss verständlich und klar sein.

**Ein Beispiel bitte!**

Die besten Beispiele gibt es aus dem Dienstleistungsmarketing. Dort geht es immer um Personen die direkt dahinter stehen. Wer schätzt es nicht wenn einem als Kunden alle Wünsche von den Augen abgelesen werden.

**Was ist schlechtes Marketing?**

Bei schlechtem Marketing wird der Kunde enttäuscht weil zu hohe Erwartungen aufgebaut wurden und die Qualität nicht stimmt. Ungenügendes Marketing ist zudem wenn alles um den Preis herum aufgebaut ist oder Marketing so aufgebaut wird, dass es der Kunde gar nicht versteht.

**Ein Beispiel bitte!**

Da gibt es die Beispiele wie für den Kunden unübersichtliche Vertragswerke oder komplizierte Tarifsysteme.

Was gibt es schlimmeres wenn ein reklamierender Kunde allein gelassen wird. Ein solcher Kunde wird nie mehr ein Produkt aus dem entsprechenden Hause kaufen.

*Herr Frick, besten Dank für das Interview.*

Wolfgang Frick

Patient Marke

# KUNST FEHLER IM MARKE TING



Wie Sie schmerzhaft  
Fehler vermeiden  
und Ihre Marke fit bleibt.

