

Warum 80 % aller Marketing-Maßnahmen im Mittelstand verpuffen.

Ein Manifest gegen Aktionismus. Für Struktur. Für Steuerbarkeit.

8 Min Lesezeit · Janni A. Yahya Michailidis

Das Symptom: ständig Bewegung, selten Wirkung.

Es gibt einen Reflex, der jedes Wachstumsproblem im Mittelstand begleitet: Wenn die Zahlen wackeln, kommt eine Maßnahme. Eine Kampagne. Ein neues Tool. Ein neuer Kanal. Eine Agentur. Bewegung als Beruhigung. Selten als Lösung.

Das Ergebnis kennt jeder, der ein Unternehmen führt: Drei Monate später ist die Kampagne zu Ende, das Tool nicht ausgerollt, die Agentur ausgetauscht — und die ursprüngliche Frage steht immer noch da. Warum kommen unsere Kunden eigentlich?

Die Diagnose: nicht zu wenig Marketing, sondern zu wenig Struktur.

Marketing ist nicht das Problem. Vertrieb ist nicht das Problem. Das Problem ist, dass beide Disziplinen ohne gemeinsame Grundlage operieren. Es gibt kein zugespitztes Angebot, an dem sich Kommunikation ausrichten kann. Keine geschärfte Zielgruppe, an der sich Vertrieb messen lässt. Keine Logik, warum jemand jetzt entscheiden sollte und nicht in sechs Monaten.

Wer in dieser Lage neue Maßnahmen drauflegt, baut nicht auf Sand — er baut auf Nebel. Es sieht aus wie Fortschritt. Es ist Verschiebung.

Die Folge: Aktionismus als kollektiver Erschöpfungszustand.

Was als Wachstumsstrategie verkauft wird, ist oft eine Form von Vermeidung. Vermeidung der unangenehmen Frage: Worum geht es eigentlich? Was bieten wir genau an? Für wen? Warum sollte uns jemand wählen — und nicht den Wettbewerb, der dasselbe sagt?

Diese Fragen brauchen keine Maßnahme. Sie brauchen Stille. Eine Wand, eine Liste, einen Sparringspartner, der nicht in dein „aber wir wissen das doch“ einsteigt, sondern es geduldig aufbricht.

Die Alternative: Klarheit als Ausgangspunkt, nicht als Ergebnis.

Klarheit ist nicht die Belohnung am Ende eines Beratungsmandats. Sie ist die Voraussetzung dafür, dass ein Mandat überhaupt sinnvoll ist. Bevor wir über Funnel, Content, Ads oder Sales-Skripte sprechen, klären wir drei Dinge:

Was wird angeboten? Für wen? Warum jetzt?

Erst wenn diese drei Antworten stehen — schriftlich, prüfbar, vom Team teilbar — entstehen Systeme, die tragen. Vorher ist alles Marketing. Nachher ist es Steuerbarkeit.

Was steuerbar bedeutet.

Steuerbar heißt nicht: planbar bis auf den Euro. Steuerbar heißt: Du verstehst, warum diesen Monat 12 Anfragen kamen und nicht 4. Du weißt, an welchen drei Stellschrauben du drehen würdest, wenn du den Output verdoppeln müsstest. Du kannst deinem Team erklären, warum wir Kunde A nehmen und Kunde B nicht.

Das ist kein Wachstums-Hack. Das ist die Grundlage, auf der Wachstum überhaupt erst Sinn ergibt.

Wo du anfängst.

Nicht mit einer neuen Maßnahme. Sondern mit einer Stunde, in der du dir die drei Fragen ehrlich stellst — alleine oder mit jemandem, der mit dir nüchtern draufschaut. Wenn du dort Klarheit gewinnst, ist alles, was danach kommt, ein Vielfaches wirksamer.

Wenn du dort merkst, dass etwas fehlt, dann fehlt nicht eine neue Taktik. Dann fehlt Struktur.

Erstgespräch buchen: meetings-eu1.hubspot.com/janni-a-yahya