BLOG

DU SAGST MARKETING – UND MEINST WERBUNG

20. Mai 2026 · Olaf Rosenbaum · 2 Min. Lesezeit

> **Kurz gesagt:** Marketing ist nicht Werbung, sondern nach Peter Drucker das gesamte Unternehmen aus Kundensicht – Werbung verstärkt nur, was Leitbild, Marke und Strategie vorher geschaffen haben.

Die Umsätze dümpeln seit drei Quartalen, die Aufträge kommen nur kleckerweise – und dann fällt der Satz: „Wir müssen mal mehr Marketing machen." Also wird eine Agentur angerufen, das Logo neu gemacht, es gibt LinkedIn-Posts, einen Newsletter, Google Ads. Viel Geld, viel Zeit. Und dann passiert: nichts.

Der Grund ist ein Denkfehler, den neun von zehn Unternehmensinhabern machen: Sie sagen Marketing – und meinen Werbung. Logo, Flyer, Anzeigen, Kugelschreiber: Das alles ist Werbung. Marketing ist etwas anderes.

Peter Drucker hat es so formuliert: **Marketing ist nicht eine Funktion neben anderen, sondern das gesamte Unternehmen, gesehen aus der Perspektive des Kunden.** Der Store, das Personal, die Verpackung, die Website, der Tonfall am Telefon – alles ist Marketing. Und das Ziel von Marketing ist es, das Verkaufen überflüssig zu machen: Wenn Dein Marketing wirklich gut ist, kommen die Kunden von allein zu Dir.

Werbung dagegen ist nur der Verstärker – die Flüstertüte. Du musst erst etwas haben, das Du hineinrufen kannst: ein Leitbild, eine Marke, eine Strategie. Wer das nicht hat und trotzdem Werbung bucht, arbeitet nach dem Prinzip Gießkanne: Vielleicht triffst Du etwas – aber garantiert nicht die Kunden, die Du haben willst. Daraus wird ein Teufelskreis: keine Wirkung, also neue Agentur, wieder keine Wirkung, also neue Plattform – bis zur falschen Erkenntnis: „Marketing funktioniert bei uns nicht."

Doch. Es hat nur noch nie stattgefunden.

Werbung ist die Flüstertüte. Marketing entscheidet, ob Du etwas hast, das es wert ist, hineingerufen zu werden.

> Dieser Gedanke stammt aus **Folge 20** von Chefsache Krise: „Marketing ist nicht Werbung – und dieser Irrtum kostet dich Geld (Marketing Teil 1)" – Jetzt anhören.



Olaf Rosenbaum berät Inhaber und geschäftsführende Gesellschafter im Mittelstand, wenn Gewinn, Liquidität oder Steuerbarkeit kippen. Steuerberater seit 2002, über 600 Beratungen, Kiel. Mehr über mich · LinkedIn