BLOG

EIN SATZ, FÜNF LÜCKEN: DEINE POSITIONIERUNG IN EINER VIERTELSTUNDE

22. Oktober 2026 · Olaf Rosenbaum · 2 Min. Lesezeit

> **Kurz gesagt:** Die Rohfassung Deiner Positionierung schaffst Du in einer Viertelstunde mit einem Satz mit fünf Lücken: Kundengruppe, Problem, Nutzen, Wettbewerber und Unterschied – ergänzt um Dein Warum.

Viele Inhaber fangen mit dem Leitbild gar nicht erst an, weil sie glauben, das sei etwas für Konzerne: Moderationskoffer, drei Tage Hotel, viel Gerede, wenig Ergebnis. Brauchst Du alles nicht. Für die Rohfassung Deiner Positionierung reicht eine Viertelstunde – und ein Satz aus der Marketinglehre, der seit Jahrzehnten funktioniert.

Der Satz geht so: **„Für [Kundengruppe], die [dieses Problem] hat, sind wir der Anbieter, der [diesen Nutzen] liefert. Anders als [die anderen] machen wir [das]."** Ein Satz, fünf Lücken. Füll sie aus.

Am Beispiel eines Dachdeckers: „Für Hausbesitzer in Schleswig-Holstein, die keine Lust auf Pfusch und Nachbesserung haben, ist Meyer Bedachungen der Betrieb, der ein Dach einmal macht – und dann ist dreißig Jahre Ruhe. Anders als die anderen dokumentieren wir jede Abnahme mit Foto und Protokoll."

Ob das ein großes Leitbild ist, sei dahingestellt. Aber schau, was in diesem einen Satz steckt. Er sagt, für wen der Betrieb arbeitet: für Hausbesitzer. Nicht für Wohnungsbaugesellschaften, nicht für den, der schnell eine Tonnenhalle gedeckt haben will. Er sagt, welches Problem er löst: Pfusch und Nachbesserung. Er sagt, was er liefert: ein Dach, das dreißig Jahre hält. Und er sagt, was er anders macht als die Konkurrenz: Foto und Protokoll bei jeder Abnahme. Jede dieser Aussagen schließt etwas aus – und genau das macht sie brauchbar.

Dann der schwierige Teil: Schreib darunter Dein Warum. „Wir tun das, weil …" Wenn da steht „weil ich das mal gelernt habe und nichts anderes kannte" – das ist kein Grund. Schreib drei Varianten untereinander, lies sie laut, streich zwei. Eine bleibt übrig. Das muss noch nicht schön sein. Es muss nur stimmen.

Und dann mein Rat: Schreib die Fassung mit der Hand auf einen Zettel, nicht in den Computer. Leg ihn in die Schublade. Nächste Woche holst Du ihn wieder raus. Hast Du dann immer noch ein gutes Gefühl, bist Du einen Schritt weiter.

Ein Leitbild, das achtzig Prozent trifft, schlägt jedes perfekte, das nie geschrieben wurde.

> Dieser Gedanke stammt aus **Folge 31** von Chefsache Krise: „Unternehmensleitbild: Der erste Schritt zu Marketing" – 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