

Michael Herrling bringt Unternehmen weiter

## Jeder Betrieb ist anders

Auf der einen Seite die Unternehmen und ihre Produkte auf der anderen Seite die Kunden und ihre Bedürfnisse: Wie beide bestmöglich zusammen kommen, dass hat sich Michael Herrling auf die Fahnen geschrieben, wenn er kleine und mittelständische Betriebe in punkto Marketing berät. Der 35-Jährige begleitet Betriebe von der Produktentwicklung, der Preisgestaltung, dem richtigen Vertriebsweg bis hin zur Kommunikation. „Marketing ist weit mehr als nur Werbung“, meint er und erklärt: „Durch den globalen Markt geraten die Unternehmen immer stärker unter Druck. Sich da zu profilieren wird immer schwieriger.“ Diese Entwicklung ist auch der Grund, warum er sich vor gut einem Jahr mit der Agentur MarktPraxis selbstständig gemacht hat.

Die Marketingsprache, bei der viel die Rede von Kunden und ihren Bedürfnissen, von Produkten, den Preisen, Strategien und Konzepten, ist, hat der gebürtige Ravensburger auf der Privat Hochschule in Stuttgart gelernt, wo er viereinhalb Jahre berufsbegleitend seinen Abschluss als Diplom-Betriebswirt gemacht hat. Herrling kann auf 15 Jahre Erfahrung im Einkauf und Verkauf zurückgreifen, war in leitender Position für verschiedene Unternehmen tätig und auch im Ausland unterwegs. „In den anderen Kulturen habe ich gelernt, mich noch besser auf die Kunden einzustellen“, meint er und ist sich sicher: „Marketing ist meine Leidenschaft.“

Sein Know-how will er jetzt weitergeben, wenn er einem oberschwäbischen Tüftlerbetrieb aufzeigt, wie er seine Gardinenstangen auch überregional verkaufen kann oder

einer Künstlerin Wege eröffnet, wie sie ihre Werke einem breiten Publikum zugänglich machen kann. „Jeder Betrieb ist anders“, sagt Herrling. Da gibt es keine Patentrezepte. Spezialisiert hat sich der Jungunternehmer auf die IT-Branche und Ingenieurberufe, er berät auch Existenzgründer. „Beim Internet tut sich einiges“, meint er. Der Absatz läuft immer mehr über das weltweite Netz und das Reinstellen von Bildern und Texten wird immer einfacher.

„Viele stecken ihre Energie in die falschen Kanäle“, deckt er auch bei größeren Firmen oftmals Schwachstellen auf. „Man muss wissen, welche Erwartungen die Kunden haben?“, meint Herrling, denn nur so könne man sein Angebot optimieren, um die Nachfrage zu steigern – und darauf käme es letztlich an.

Nach dem Motto „Jeder soll das

*Michael Herrling gibt Betrieben und Existenzgründern Tipps, wie sie ihre Produkte am besten verkaufen.*



tun, was er am besten kann“ arbeitet Herrling zur Umsetzung seiner Konzepte mit Grafikbüros, IT-Spezialisten, Webentwickler, Mediendesigner oder Marktforschungsinstitute zusammen. Diese Partner kennt er teilweise noch aus seiner Schulzeit. Ravensburg, bekennt er, ist meine Heimat, es ist ein besonderer Flair hier zu Leben.“ (mat)

**Kontakt:** Michael Herrling, MarktPraxis, Telefon 0751/35 29 776, Internet: [www.marktpraxis.com](http://www.marktpraxis.com)