



BAUMGARTH & BAUMGARTH
BRANDCONSULTING

Spezialisten für Markenberatung

Als Spin-Off der Universität Siegen gehört die Baumgarth & Baumgarth Brandconsulting GbR zu den etwas jüngeren Ausgründungen. Gerade einmal ein gutes Jahr auf dem Markt, konnten die Inhaber Anne und Priv.-Doz. Dr. Carsten Baumgarth aber schon einige Erfahrungen sammeln.

Das Siegener Unternehmen bietet Beratungsleistungen in den Bereichen B-to-B-Markenführung, Marktforschung und in Spezialgebieten der Markenführung an. Im Arthur-Woll-Haus der Universität fanden Anne und Dr. Carsten Baumgarth das passende Büro für ihren Start in die Selbstständigkeit. Doch nicht nur räumlich sind die beiden Existenzgründer der heimischen Universität äußerst nahe. Beide haben in Siegen das klassische Studium der Betriebswirt-

schaftslehre absolviert, im Anschluss daran promovierte und habilitierte Carsten Baumgarth ebenfalls an der heimischen Hochschule. Seine langjährige Forschungstätigkeit mit der Spezialisierung auf das Thema Marke im Industriegüterbereich ist heute ein wesentlicher Eckpfeiler in dem Konzept des Beratungsunternehmens. „Gemeinsam ist allen unseren Beratungsleistungen, dass sie auf wissenschaftlich fundierten Analysen basieren“, erläutert Dr. Carsten Baum-

garth gegenüber dem WIRTSCHAFTSREPORT. „Neben den aktuellsten wissenschaftlichen Erkenntnissen aus der eigenen Grundlagenforschung aber auch der internationalen Forschung setzen wir jeweils die leistungsfähigsten Erhebungs- und Auswertungsverfahren ein.“ Zusätzlich erfolgt bei allen Analysen eine umfangreiche Qualitätskontrolle und systematisches Reporting. Doch in welchen Fällen treten die beiden Existenzgründer eigentlich in Aktion?

„Zum einen betreiben wir - vor allem im regionalen Umfeld - Marktforschung für die verschiedensten Betriebe“, erzählt Dipl.-Kffr. Anne Baumgarth aus der täglichen Praxis. „Von der Kundenzufriedenheitsanalyse eines Einzelhändlers, einer Mitarbeiterbefragung im Dienstleistungsunternehmen bis hin zur Wettbewerbsanalyse im klassischen Industriebetrieb.“ Spezialgebiet des Siegener Beratungsunternehmens ist aber insbesondere die Markenführung für Industriegüterunternehmen. Sie läuft größtenteils überregional und erfährt regen Zuspruch. „Das Thema Markenführung ist normalerweise eher im Konsumgüterbereich angesiedelt, aber das hat sich in den vergangenen Jahren geändert“, so Anne Baumgarth. „In der Vergangenheit besaß die Marke für den B-to-B-Bereich nur eine untergeordnete Bedeutung, aber heutzutage belegen eine Vielzahl von Studien das Gegenteil. Wir unterstützen unsere Kunden insbesondere durch Beratung, welche durch eine umfangreiche Analyse des Status-Quos eingeleitet wird.“ So entwickelte Baumgarth & Baumgarth Brandconsulting zum Beispiel eine leistungsfähige Methodik, die zu einem ganzheitlichen Markenmanagement führt. Ergänzend bietet das Unternehmen auch Schulungen und Vorträge zum Thema an. So zum Beispiel ein Markensymposium zur B-to-B-Markenführung, dass am 19. Oktober im Arthur-Woll-Haus stattfindet (www.markensymposium.de).

Insgesamt unterstützt das Unternehmen seine Kunden langfristig und hilft unter anderem bei der Positionierung am Markt. Sei es durch die Analyse der eigenen Marke, die Erstellung eines Markenkonzeptes oder die Einführung eines Markencontrollings. Nach der Image-Bestimmung einer Marke erfolgen Verbesserungsvorschläge. Alles - vom Internetauftritt über Kundenprospekte bis hin zum Vertrieb - wird einer umfangreichen Prüfung und Bewertung unterzogen. „Wir sind in diesem Bereich selbstverständlich nicht mit einer Werbeagentur



Als Spin-Off der Universität Siegen gehört die Baumgarth & Baumgarth Brandconsulting von Anne und Dr. Carsten Baumgarth zu den etwas jüngeren Ausgründungen.

gleichzusetzen“, hebt Dr. Carsten Baumgarth hervor. „Diese haben ganz andere Aufgabengebiete. Wir analysieren das bereits vorhandene, ermitteln Stärken und Schwächen und legen in Zusammenarbeit mit unseren Kunden Leitlinien für die Kommunikation in einem übergeordneten, ganzheitlichen Markenmanagement fest. Für die praktische Umsetzung der Kommunikationsmittel sind wir nicht zuständig. Wir bieten aber auch die Begleitung dieses Prozesses an, um somit eine korrekte Einhaltung der Leitlinien zu gewährleisten.“

ten zum Beispiel die Stauf Klebstoffwerk GmbH in Wilnsdorf sowie die Ejot GmbH & Co. KG in Bad Berleburg, für die das Spin-Off Markenstärke-Analysen durchführte. Momentan lebt Baumgarth & Baumgarth Brandconsulting von Mund-zu-Mund-Propaganda, Aufträgen, die über das Internet generiert werden und weniger durch Kaltakquise. „Der Bedarf für Marktforschung und Markenberatung scheint in den heimischen Betrieben auf jeden Fall gegeben, muss allerdings fest in den Köpfen der Firmenchefs verankert sein. Ansonsten ist es nicht einfach, den Kontakt herzustellen“, weiß Dr. Carsten Baumgarth aus Erfahrung. Seine Kunden sind überwiegend mittelständische, inhabergeführte Unternehmen, aber auch für Großkonzerne sieht sich das Spin-Off gerüstet. Es besetzt nach eigenen Angaben einen Nischenmarkt, um den sich nur wenige Konkurrenten in Deutschland bemühen. „Marktforschungsunternehmen hören häufig nach der Durchführung von Umfragen mit der Lieferung von Datenergebnissen auf und können keine Beratung anbieten“, meint der Firmeninhaber. „Auch haben sich andere Beratungsunternehmen größtenteils auf den Konsumgütermarkt spezialisiert. Wir hingegen bieten mit unserem Spezialwissen über die B-to-B-Markenführung und fundiertere Marktforschung hochspezialisierte Leistungen insbesondere für Industrieunternehmen an.“

Einen Fuß in die Tür bekommen

Dabei spukte der Gedanke der Selbstständigkeit schon viele Jahre in den Köpfen der Baumgarths herum, doch aus den unterschiedlichsten Gründen nahmen sie ihren Business-Plan erst 2004 in Angriff. Startkapital war am Anfang nur wenig notwendig - der Vorteil eines Dienstleistungsunternehmens. Lediglich 12.000 Euro wurden in Computer, Software und Büroausstattung investiert. Die ersten Aufträge im Gepäck und ein dichtes Kontakt-Netzwerk im Rücken, konnte die unternehmerische Selbstständigkeit relativ problemlos beginnen. Mit zu den allerersten Kunden gehör-



Das Siegener Unternehmen bietet Beratungsleistungen in den Bereichen B-to-B-Markenführung, Marktforschung und in Spezialgebieten der Markenführung an.