EHRSAM
PERÚ CONSULT

STRATEGISCHE POSITIONIERUNG FÜR ENTREPRENEURE – WIE MAN SICH VOM WETTBEWERB ABHEBT

Posted on 15. Juli 2026

Strategische Positionierung für Entrepreneure – Wie man sich vom Wettbewerb abhebt

Einleitung

In einem gesättigten Markt reicht es nicht aus, ein gutes Produkt oder eine solide Dienstleistung anzubieten. Entscheidend ist, welchen Platz eine Marke im Kopf der Kund:innen einnimmt. Dieser Platz wird durch die **Positionierung** bestimmt, die auf der Markenidentität aufbaut. Für Entrepreneure ist es von zentraler Bedeutung, diesen Prozess aktiv zu gestalten, um nicht in der Masse unterzugehen.

Was bedeutet Markenpositionierung?

Positionierung beschreibt, wie Kund:innen eine Marke im Vergleich zu Wettbewerbern wahrnehmen. Sie erfolgt auf zwei Ebenen:

- **Strategisch:** fasst das Wesentliche der Markenidentität zusammen und definiert das einzigartige Nutzenversprechen.
- **Operativ:** umfasst konkrete Maßnahmen (Kommunikation, Werbung, Design, Service), die das Positionierungskonzept nach außen tragen.

Bild von Freepik

Häufige Fehler von Entrepreneuren

Viele Entrepreneure konzentrieren sich fast ausschließlich auf das **Operative** – Social Media, Kampagnen, kurzfristige Aktionen – und vernachlässigen das **Strategische**. Das Ergebnis: eine uneinheitliche Kommunikation ohne klare Wirkung.

Wie gelingt eine starke Positionierung?

Der Ausgangspunkt ist immer die Markenidentität. Auf dieser Basis sollten Entrepreneure:

1. **Wenige, aber prägnante Merkmale auswählen**, die das Unternehmen wirklich differenzieren.
2. **Eigenschaften betonen, die für die Zielgruppe relevant sind**, nicht nur für die Entrepreneure selbst.
3. **Emotionale Merkmale hervorheben**, da sie eine tiefere Bindung und Loyalität schaffen.
4. **Langfristige Konsistenz sicherstellen**, denn Positionierung entsteht über Zeit und Wiederholung.

Bild von Freepik

Positionierungsziele

Je nach Involvement der Zielgruppe lassen sich verschiedene Ansätze unterscheiden:

- **Gemischte Positionierung:** stark emotional und kognitiv.
- **Sachorientierte Positionierung:** Fokus auf Fakten und Information.
- **Erlebnisbetonte Positionierung:** emotionale Ansprache bei geringem Informationsinteresse.
- **Aktualitätsorientierte Positionierung:** geringes emotionales und kognitives Involvement.

Fazit

Positionierung geschieht nicht zufällig – sie ist das Resultat klarer strategischer Entscheidungen. Für Entrepreneure bedeutet das: bewusst festlegen, wie die eigene Marke wahrgenommen werden soll, und dies konsequent an allen Kontaktpunkten umsetzen. Eine starke Identität ist das Fundament, eine strategische Positionierung verwandelt sie in einen echten Wettbewerbsvorteil.

Geschrieben von Mónica Valcárcel

Quelle: Seminararbeit von Holger Ehrsam

Beitragsbild von Freepik