



GRÜNDUNGSTAGE
2026

18.-19.03.2026



→ gruenderservice.at

Handout

Kund:innen gewinnen

Karin Wöhrer, MBA

Finden und gefunden werden.

MI 18.03.26 | 14 Uhr

Wöhrer
Agentur Wöhrer

© www.agentur-woehrer.at

Die am häufigsten gestellten Fragen:

- **Wer** ist meine ideale Zielgruppe?
- **Wo** finde ich meine Wunschkund:innen?
- **Wie** finden mich meine Zielgruppen?
- Ist mein **Angebot** klar formuliert?
- Wie **unterscheide** ich mich von Mitbewerber:innen?

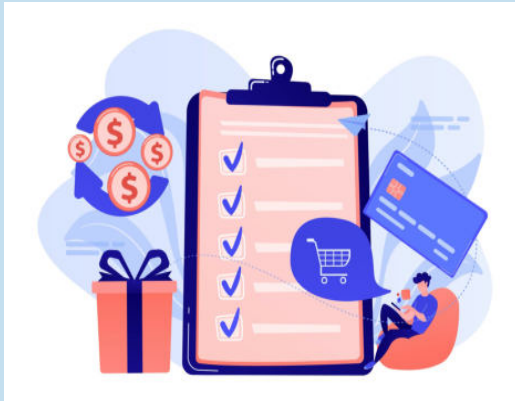


Eins vorweg:

Es gibt nicht *den* einen Weg!

Die 3 Kernbereiche

ANGEBOT



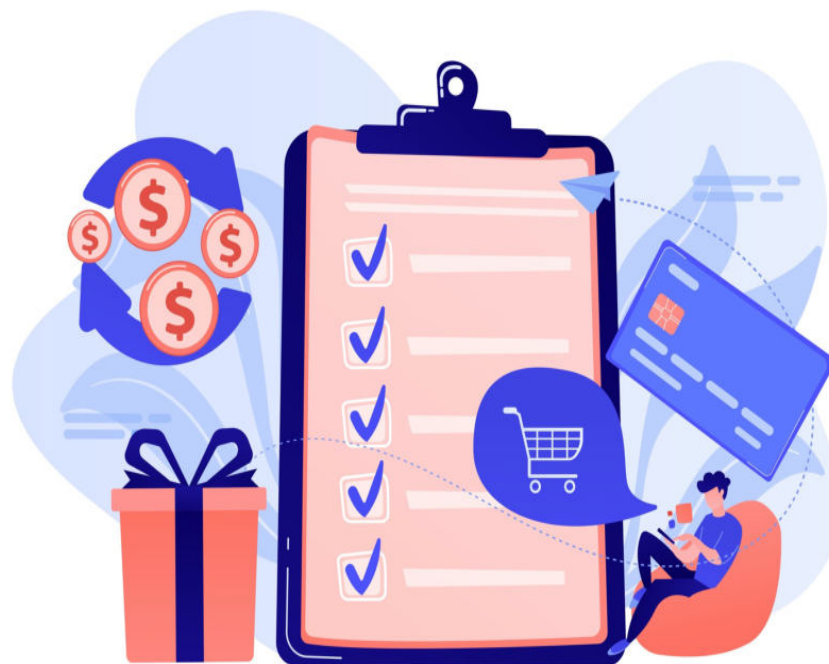
KOMMUNIKATIONS- MIX



ZIELGRUPPE/N



1) Das Angebot



Was ist mein Angebot?

- Was genau ist mein **Angebot** (Produkt, Dienstleistung, Service, ...)
- Habe ich nur ein Angebot oder ein **Sortiment**?
- Was ist mein **Kernangebot**?
- Ist mein Angebot zur **Kund:innen-Bindung** geeignet?
(Module, Packages, **Follow-Up**-Angebote, ...)
- Stammkund:innen-Aufbau

Mein Kernangebot

- Umsatzziel (€)
- Umsatzanteil (%) | Cashcow

Was ist der Nutzen?

Kaufen Menschen wirklich „nur“ ein Produkt oder eine Dienstleistung?

Beispiel: **Zahncreme**

Praktischer Nutzen:

- Zahnreinigung

Emotionaler Nutzen:

- *Minzige Frische für strahlend weiße Zähne und ein unwiderstehliches Lächeln. (Attraktivität)*
- *Im Labor wissenschaftlich getestet, von Dr. Blend empfohlene, Dentalvorsorge für gesunde Zähne und gesundes Zahnfleisch. (Gesundheit, Vitalität)*



Grafik: Freepik.com

Wozu brauche ich eine Positionierung?

Image is what you have, positioning is how you got it.

Wohin stelle ich mich am Markt?

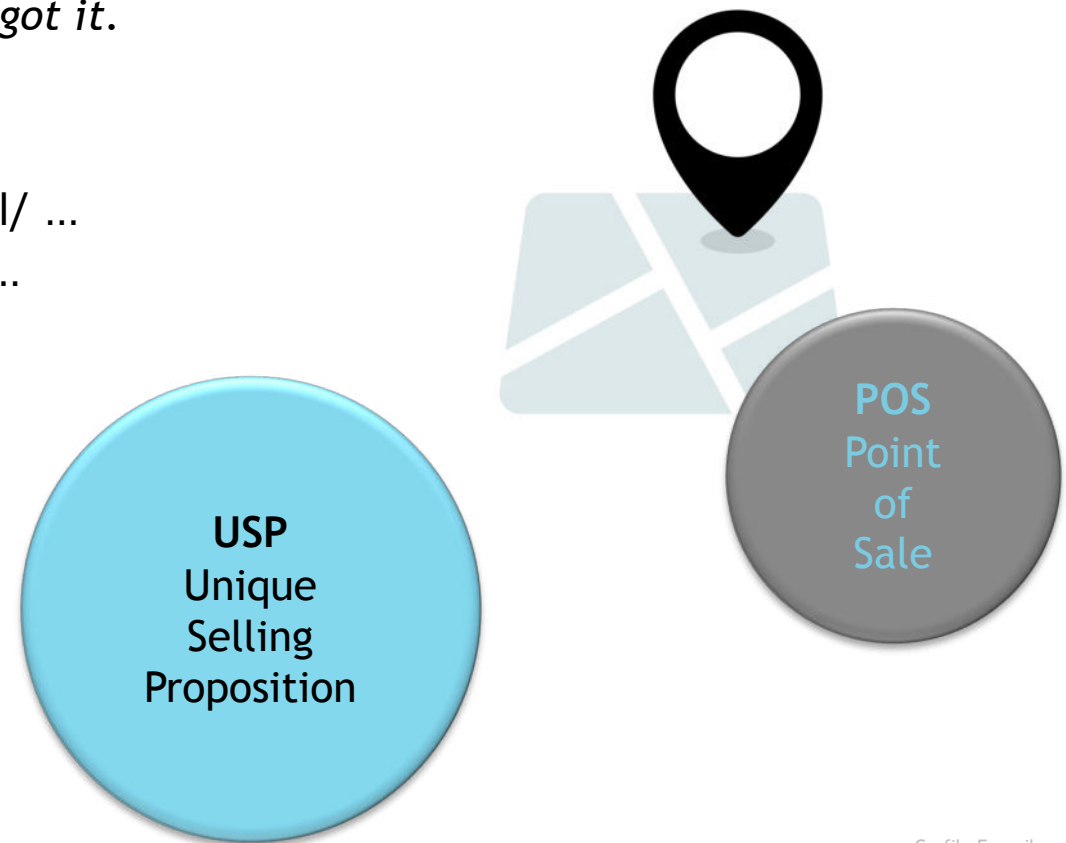
- national/international/regional/saisonal/ ...
- elitär/Diskont/Premium/ursprünglich/ ...

Wofür stehe ich?

- Unternehmensphilosophie
- Werte, Ideologien
- Vision, Mission
- Kernkompetenzen
- Alleinstellungsmerkmal (USP)

3 Eigenschaften

jung - dynamisch - innovativ?!



Grafik: Freepik.com

2) Die Zielgruppe/n



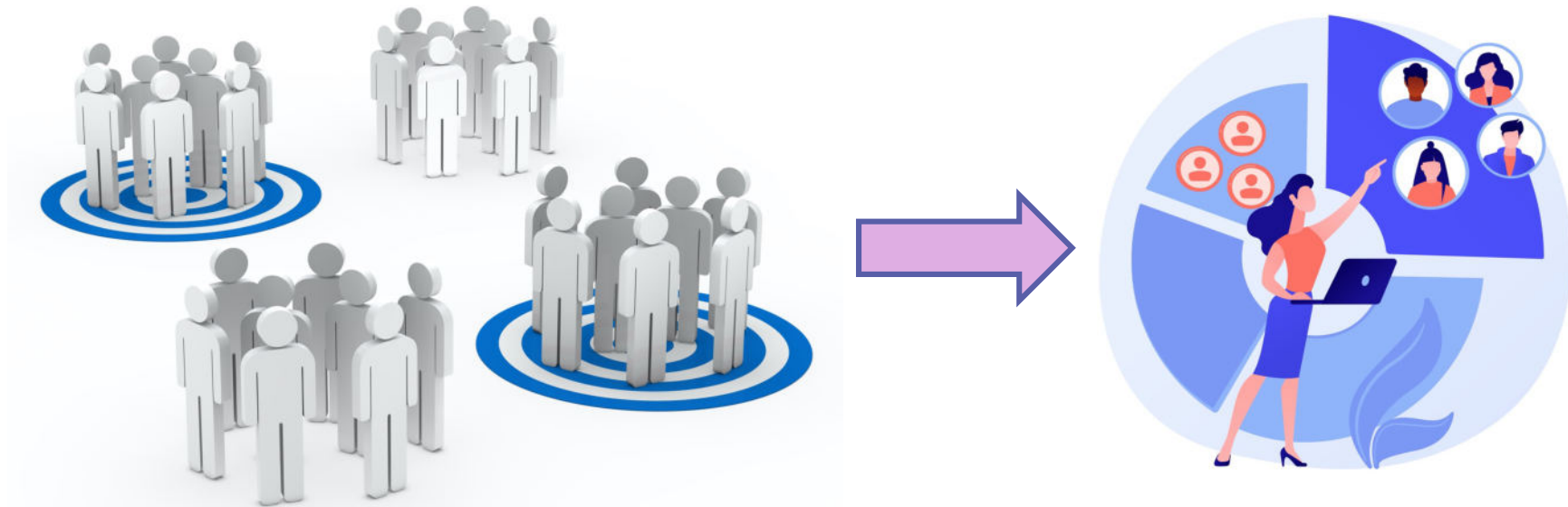
Zielgruppe alle? Geht gar nicht!

Alle

Zielgruppe/n

Buyer Persona

Zielgruppe: Gesamtheit aller effektiven oder potenziellen Personen, die mit einer bestimmten Marketingaktivität angesprochen werden sollen, um zu kaufen. Quelle: nach Gabler Wirtschaftslexikon



Buyer Persona: Eine semi-fiktive Darstellung des/der **idealen Kund:in**. Sie basiert auf realen Daten und einigen begründeten Annahmen über demographische Daten, Verhaltensmuster, Motivation und Ziele. Quelle: lpsp.de

Grafik: Pixabay

BUYER PERSONA = Mein/e Wunschkund:in

Wer sind und was brauchen meine Wunschkund:innen?

- B2B | B2C?
- Wer hat **Bedarf** an meinem Angebot?
- Welchen **Nutzen** bietet mein Angebot für wen?
- Welche **Probleme** hat meine PERSONA?
- Welche **Lösungen** sucht meine PERSONA?
- Sind diese Menschen bereit, dafür zu **zahlen**?



Grafik: Freepik.com

Bspl. PERSONA: MAX STÜBER sucht eine Regenjacke

Hintergrund zur Person

Produktentwickler (Lebensmitteltechnologie)
lebt mit seiner Freundin in München
In der Freizeit ist er am liebsten in der Natur .
(Wandern, Bouldern, Kajak-Fahren), Kamera ist
immer dabei, er braucht verlässliche und robuste
Produkte

Kurzbeschreibung

Strukturiert, qualitätsbewusst und nachhaltig
orientiert. Max recherchiert gründlich bevor er
Outdoor-Produkte kauft. Eher extrovertiert, aktiv,
modern

Erwartungen an das Produkt

wasserdicht & winddicht, hochwertige
Materialien, nachhaltige Produktion
lange Haltbarkeit, Design, Preis ist nicht so
wichtig wie Nachhaltigkeit und faire Produktion

Herausforderungen im Kaufprozess

große Auswahl an Marken
Nachhaltigkeit schwer vergleichbar
Sucht Angaben nach Belastbarkeit und Qualität
Onlineinfos teilweise widersprüchlich
Zielgerichtet Produkte finden

Demografie

Männlich
34 Jahre
München
in Beziehung



Mediennutzung

KI-/Google-Recherche
Outdoor-Blogs und Produkttests
Instagram zur Inspiration
Online-Bewertungen



Emotionen

möchte eine verantwortungsvolle
Kaufentscheidung treffen
will Vertrauen in Marke und Qualität haben

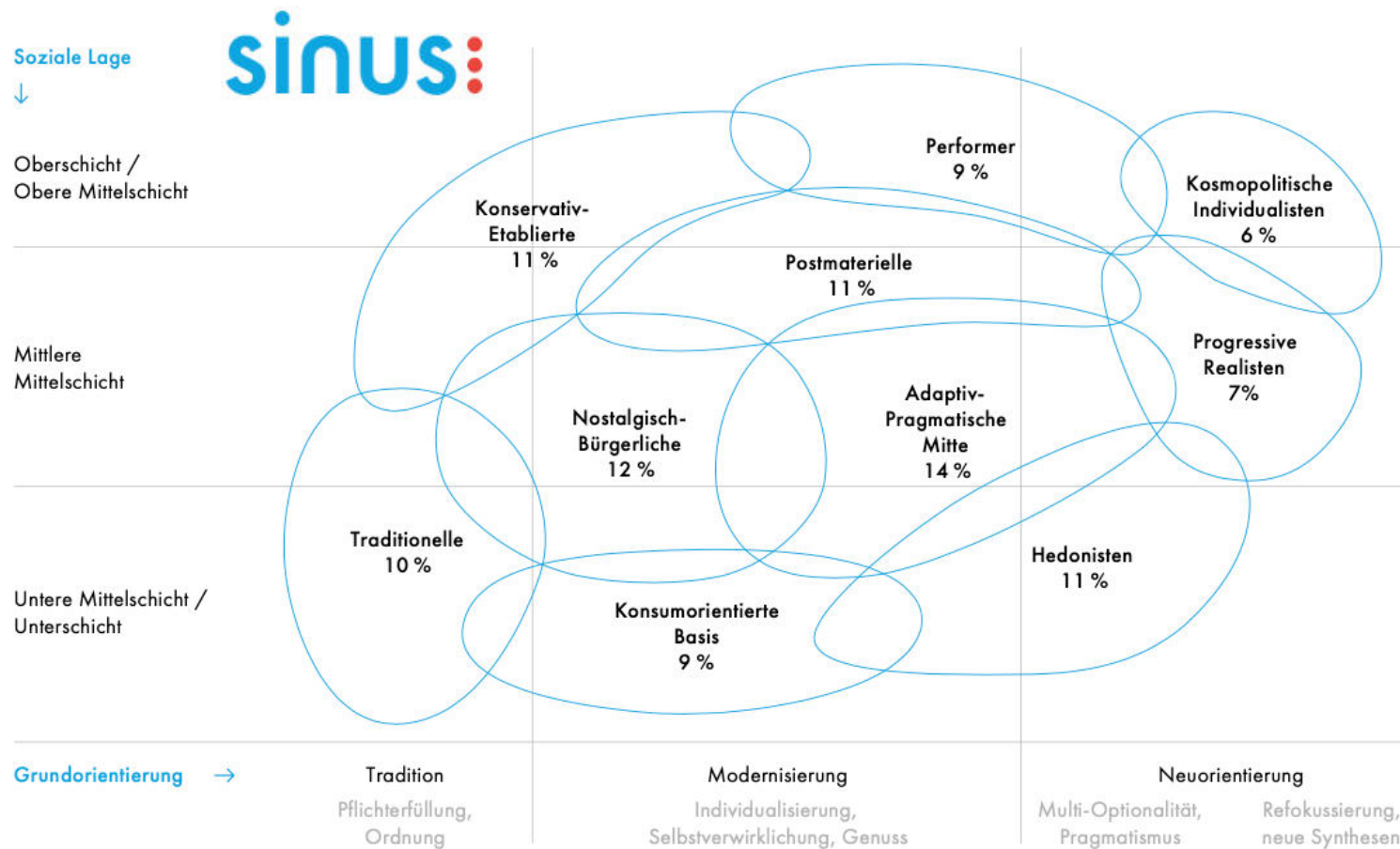
Ideale Lösung

transparente Infos zu Materialien
Material-Vergleiche, Zertifikate, Nachweise
gute Bewertungen, Videos,
Anprobe im Geschäft / einfache Rückgabe



PERSONA
mit
KI erstellen?!

Sinus Milieus© in Österreich



Erklärvideo: <https://www.sinus-institut.de/media-center/videos/sinus-milieus-in-oesterreich-einfach-erklart>

www.agentur-woehrer.at

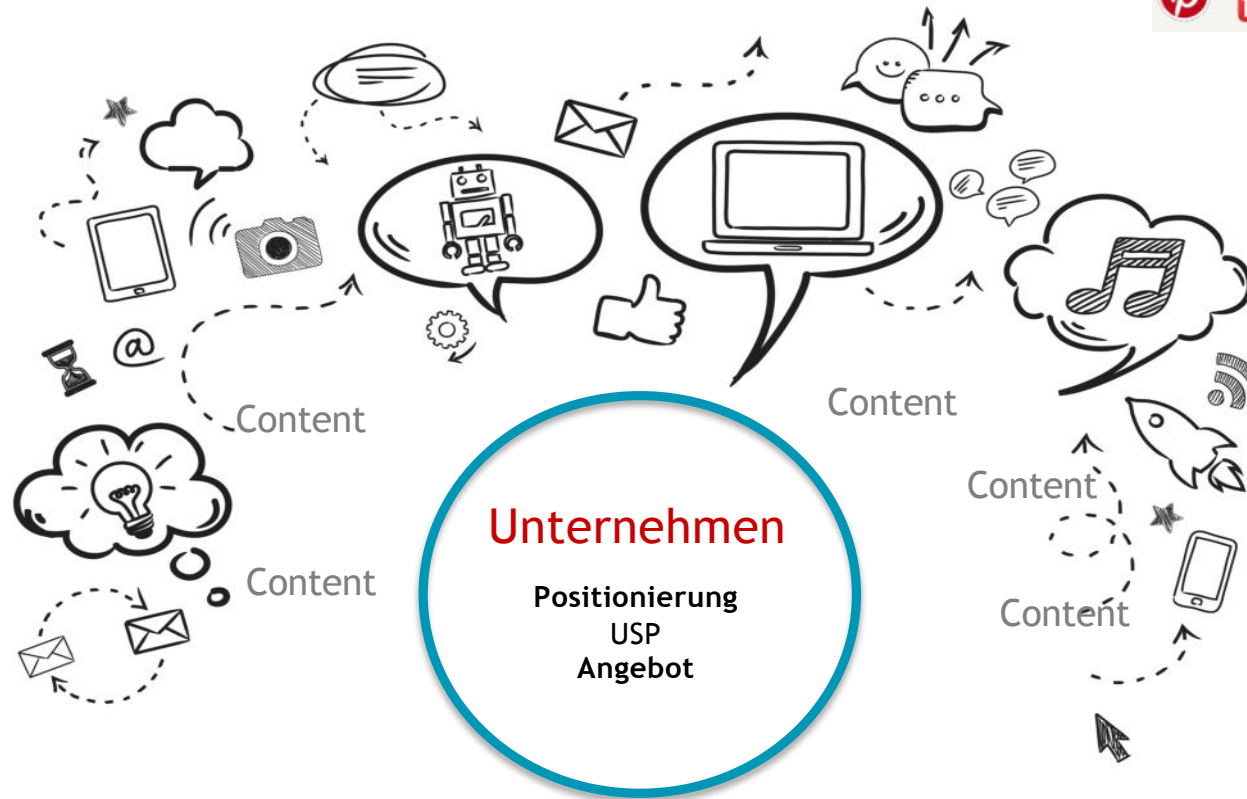
Quelle: sinus-institut.de
Integral Institut



3) Der Kommunikations-Mix



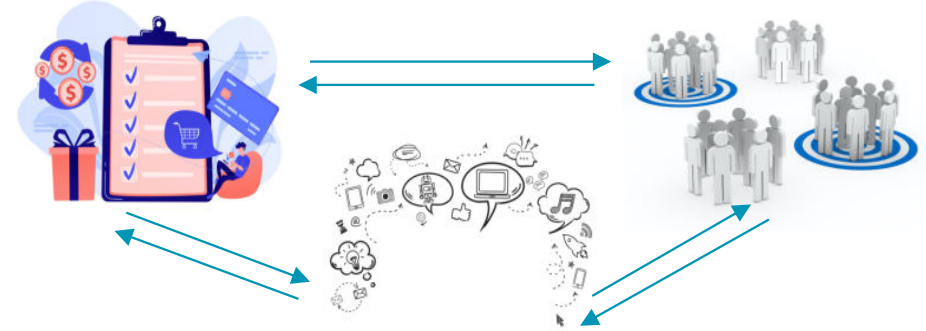
1. Welche **Medien** nutzt meine PERSONA?
2. Was ist mein **Leitmedium**?



PERSONA
Zielgruppe/n

Grafik: Freepik.com

USP - Alleinstellungsmerkmal!



Noch ein paar Tipps



Netzwerken

Branchenevents
Messen
Branchenplattformen
LinkedIn



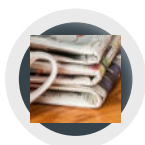
Kooperationen

Ergänzung des eigenen
Angebots
Bündeln von Know how
Verteiler erweitern



Aus- & Weiterbildung

Nachweis Expertise
Neue Kompetenzen
Neue Kontakte
Zertifizierungen



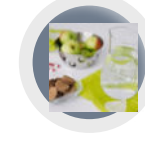
Medienarbeit

Regionalmedien
Bezirksmedien
Wiener Wirtschaft



Förderungen nutzen

Wirtschaftskammer
Wirtschaftsagentur
EU-Förderungen



Flexibilität

Veränderung akzeptieren und
zulassen
Neues probieren

Erfolg ist leistbar!

... mit geförderter WKO-Beratung



20 Min.
kostenloser
ImpulsCall



10 h Einzelthemenberatung

Jungunternehmer:innen: € 66 Förderung/h
10 h x € 66 = € 660 netto Förderung

Geförderte Unternehmensberatung Wien
www.agentur-woehrer.at

Erfolg ist leistbar!

- Marketing- & Kommunikationsberatung
 - Kulturmarketing | Markenbildung | Content-Marketing | Webkonzept | Kommunikations-Mix | Positionierung
- Corporate Communication
 - KI & Texte | Slogan | Content | Newsletter | Blogs ...
- Workshops | Vorträge | Seminare

Für Gründer:innen

Für EPU & KMU in ihrer ganzen Branchenvielfalt.

Für Kreative & Kulturbetriebe



Erfolg ist leistbar!

Karin Wöhrer, MBA

Agentur Wöhrer

www.agentur-woehrer.at

ERFOLG ist kein Wunder!
Er entsteht
aus Mut & Taten.

Erfolg ist leistbar!

Wöhler
Agentur Wöhler

Wöhler
Agentur Wöhler

WKO WIEN
WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN

A man and a woman are sitting at a dark table in a modern office setting. The man, on the left, is wearing a black shirt and has brown hair. The woman, on the right, has long dark hair and is wearing a light blue sleeveless top. They are both smiling and looking at a brochure or document on the table. There are two glasses of water on the table. The background is a bright, out-of-focus office space with glass partitions and plants.

Ende

Weitere Fragen?

Gerne stehen die Expertinnen und Experten bei den Informationsständen für Ihre Fragen zur Verfügung!