



Projektbeispiel GFI Treuhand GmbH

Erschließung neuer
Märkte durch strategische
Marktpositionierung



GFI TREUHAND



Marktpositionierung erarbeiten.

Das Investmentgeschäft, insbesondere das mit geschlossenen Fonds, unterlag in den letzten Jahren einem starken Wandel: Bewährte Assetklassen wurden risikobehafteter, neue Formen des Investments gewannen an Bedeutung. Zeit, sich als Treuhand entsprechend auszurichten.



Thomas Scheuer
Dipl.-Betriebsw. (FH), Marketing-
betriebswirt und Geschäftsführer
der Scheuer Marketingberatung

scheuer@marketingberatung.de

„ Die Zusammenarbeit mit der GFI Treuhand GmbH ging weit über die Erarbeitung des strategischen Marketingkonzepts hinaus: Wir haben beispielsweise die gesamte operative Umsetzung koordiniert. Und als der Finanzmarkt vor der nächsten großen Regulierung stand, haben wir das Marketingkonzept an die neuen Marktgegebenheiten angepasst, damit die GFI Treuhand GmbH weiterhin marktkonform agieren kann. „

Die Ausgangslage

Die GFI Treuhand GmbH im maritimen Emden ist eine der führenden Treuhandgesellschaften in Deutschland. Das Leistungsspektrum umfasste klassische Geschäftsbesorgungs- und Treuhandtätigkeiten während der gesamten Beteiligungsphase geschlossener Fonds.

Die damals knapp 90 betreuten Fonds mit einem Eigenkapital von mehr als 1 Milliarde Euro und über 13.500 Anlegern stammten zu überwiegenden Teilen von einem Emissionshaus, welches die Verwaltung der Fonds in die Hände der GFI Treuhand legte. Der Erfolg unterlag damit einer starken Abhängigkeit von einem Kunden und seinem Geschick am Markt.

Zusätzlich waren die Prognosen für die Marktentwicklung geschlossener Fonds infolge der Finanz- und Wirtschaftskrise verhalten. Insbesondere die Verwaltung von Schiffsfonds, auf die Emissionshäuser in den vergangenen Jahren gesetzt hatten, bescherte nun Turbulenzen.

Und nicht zuletzt durch die europaweite Kapitalmarktregulierung war mit deutlichen Veränderungen zu rechnen.

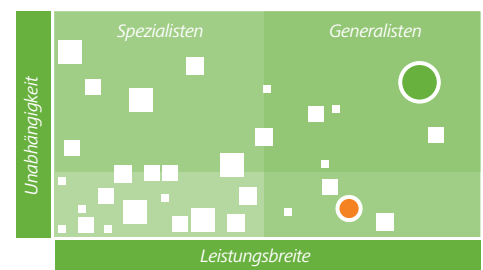
Die Vorgehensweise

Durch die oben geschilderte Ausgangslage lag die Zielsetzung für die Beratungsleistung der Scheuer Marketingberatung auf der Hand: die Schaffung einer wirkungsvollen Marktpositionierung, mit der neue Märkte erreicht und überzeugt werden können.

Auch wenn eine Marktpositionierung aufgrund der nötigen Differenzierung zu Mitbewerbern nie ohne vorhergehende Marktanalysen stattfinden kann, stellen die Analysen gerade in krisengeplagten, kritischen Märkten eine besondere Pflicht dar. Denn durch die veränderte Marktpositionierung gilt es zusätzliche Sicherheiten und Stabilität zu gewinnen – da ist kein Raum für Markterweiterung und aufwendige Change-Prozesse ohne Erfolgsgarantie.

Wirkungsvolle Marktpositionierungen basieren daher auf verlässlichen Zahlen und Entwicklungsprognosen sowie Kundenanforderungen.

Im Fokus der Analysen standen die Anforderungen der Märkte, die gegenwärtige Wettbewerbssituation sowie die Marktentwicklungen infolge der Krisenjahre und aufziehender Kapitalmarktregulierungen durch Bundesregierung und Europäische Union.



Mögliche Positionierungsmatrix im Wettbewerbsumfeld

Die Analysen ergaben ein recht heterogenes Wettbewerbsumfeld. Die Mitbewerber zeichnet jedoch eine überwiegend hohe Abhängigkeit zu einzelnen

Neue Märkte erschließen.

Emissionshäusern (meist gesellschaftsrechtlich verbunden) sowie ein tendenziell spezialisiertes und dadurch oft auch eingeschränktes Leistungsportfolio aus.

Im Rahmen der Marktanalyse haben wir zusätzliche Potenziale in weiteren Marktsegmenten gefunden. Bedarf an den gebotenen Leistungen gibt es ebenso bei anderen (Investment-)Gesellschaften, die Kapital einwerben und verwalten müssen: Reedereien und Werften, Betreiber von Energieparkanlagen und Gesundheitseinrichtungen sowie Entrepreneurere verschiedenster kapitalintensiver Branchen.

Aufbauend auf den Analyseergebnissen wurden passende Marketingstrategien sowie ein wirkungsvolles Marketinginstrumentarium entwickelt, um die definierten Ziele zu erreichen. Im Fokus des Marketingmix standen vor allem die Leistungs- und Kommunikationspolitik.

Eckpunkte der Lösung

Das für die GFI Treuhand entwickelte Marketingkonzept besteht aus einer Reihe von Strategiefeldern und Maßnahmen. An dieser Stelle hierzu ein paar Einblicke:

- **Leistungspolitik** auf die ganzheitliche Betreuung von Investmentgesellschaften und Projektinitiatoren ausrichten: mit interdisziplinärem Team für alle Belange der Investmentverwaltung (One-Stop-Shop)
- **Markterweiterung** auf zusätzliche Marktsegmente außerhalb der klassischen Investmentbranche: Energieparkbetreiber, Gesundheitseinrichtungen, ...
- **Marktpositionierung** als rechtlich unabhängige Treuhand mit breitem Angebotsportfolio (s. Leistungspolitik) entsprechend den zu erreichenden Marktsegmenten

- **Erweiterung Marktareal:** Eröffnung von Büros in Hamburg und München, um Relevanz und Kundennähe zu erhöhen
- **Kontinuierliche und zielgruppenspezifisch differenzierte Kommunikation** zum Aufbau des ungestützten Bekanntheitsgrads sowie zur Neukundengewinnung

Das Ergebnis

Das Marketingkonzept wurde vollumfänglich umgesetzt. Daher haben die Maßnahmen die gewünschte Wirkung gezeigt – hier ein Auszug der eingetretenen Ergebnisse:

- Durch die **Marktpositionierung** lassen sich neue Geschäftsfelder erfolgreich eröffnen und betreten
- Der **Bekanntheitsgrad** konnte in den Zielbranchen deutlich erhöht werden, was zu einer hohen Zahl von Direktanfragen potenzieller Neukunden führt
- Die GFI Treuhand besitzt aufgrund des aufgebauten Images ein **erstklassiges Renommee**, wenn es um die Verwaltung von (auch in Not geratenen) Investments geht
- **Neukunden** aus den Marktsegmenten Erneuerbare Energien und Spezialimmobilien (Gesundheitseinrichtungen, Shoppingmalls) konnten gewonnen werden
- Durch die Erschließung neuer Märkte und Gewinnung neuer Kunden wurde der vom Hauptkunden **unabhängige Umsatzanteil** deutlich ausgebaut

Aufgrund gesetzlicher Regulierungen des Finanzmarktes wurde das ursprüngliche Marketingkonzept umfassend überarbeitet und auf die neuen Gegebenheiten angepasst.



Stephan Kastorf,
Geschäftsführer der
GFI Treuhand GmbH

kastorf@gfi-treuhand.de

„ Die Beauftragung der Scheuer Marketingberatung hatte für uns bereits in zweifacher Hinsicht einen hohen Nutzen:

Im Jahr 2010 konnten wir uns dank erweiterter Leistungen und neuer Positionierung einen guten Bekanntheitsgrad aufbauen. Und mit der Überarbeitung des Konzeptes, aufgrund umfassender Regulierungen der Branche, haben wir uns noch einmal deutlich weiterentwickelt und konnten uns einen echten Wettbewerbsvorteil sichern.

Die Zusammenarbeit mit der Scheuer Marketingberatung war und ist in der gesamten Zeit von einem hohen Fachwissen sowie Verbindlichkeit und Verantwortungsübernahme geprägt. Darauf verlassen wir uns gerne und fühlen uns bestens betreut.





info@marketingberatung.de
www.marketingberatung.de