

PromoSwiss

Kosteneinsparungen durch frühzeitige Planung – Aktion statt Reaktion

Im dynamischen Alltag des Marketings stehen wir ständig vor der Herausforderung, Projekte zeitgerecht und innerhalb des Budgets umzusetzen. Zwischen Kreativ-Meetings, spontanen Kundenanfragen und Produktlaunches bleibt oft wenig Raum für langfristige Planung. Doch genau hier versteckt sich ein beachtliches Potenzial: Wer frühzeitig plant und die Druckfreigabe nicht auf den letzten Drücker erteilt, kann überraschend viel Geld sparen – und dabei die Professionalität des eigenen Marketings steigern.

Text: Urs Germann/Ina Klingele, PromoSwiss Vorstand Bilder: AdobeStock/Unsplash



Der unsichtbare Vorteil: frühzeitige Planung.

Zeit: der unterschätzte Kostenfaktor

Die meisten Marketingkampagnen sind von Deadlines geprägt. Neue Give-aways und Broschüren müssen zum Messetermin fertig sein, Plakate sollen pünktlich zur Produkteinführung hängen. Kommt es zu Verzögerungen bei der Planung oder der Freigabe der Druckdaten, entsteht oft ein Dominoeffekt: Expressdruck, Sonderfahrten der Logistik und Überstunden im Projektteam und

diese Faktoren treiben die Kosten in die Höhe. Jeder Tag, der im Prozess verloren geht, kann sich am Ende in konkreten Zusatzkosten niederschlagen.

Der unsichtbare Vorteil: frühzeitige Planung

Wer sich im Vorfeld Zeit für eine detaillierte Planung nimmt, legt den Grundstein für einen reibungslosen Ablauf. Das beginnt bei der Erstellung des Zeitplans und reicht über

die Abstimmung mit Werbeartikelhändlern, Agenturen, Druckereien und internen Stakeholdern bis hin zur rechtzeitigen Bereitstellung aller notwendigen Inhalte. Je früher die Planungsphase startet, desto mehr Spielraum bleibt für kreative Ideen und für das Unerwartete, das im Marketing immer wieder passiert. Als Beispiel die Weihnachts- oder Jahresendgeschenke für Mitarbeitende: Sofern diese vor oder zeitnah nach den Som-



Zeitige Druckfreigabe: die Magie.

merferien via Brainstorming intern und unterstützend mit dem Werbemittelpartner abgestimmt werden, hat man noch eine grosse und breite Sortimentsauswahl, die bis Dezember smart organisiert werden kann.

Auch ist zu diesem Zeitpunkt die Warenverfügbarkeit bei den Lieferanten und Produzenten noch gegeben. Dies schaut anders aus, wenn man sich erst im Oktober um diese Geschenke kümmert und Ausschau hält. Hier sind viele Produkte in gewissen Stückmengen oftmals nicht mehr zeitgerecht realisierbar. Auch kommt es vor, dass gewisser Nachschub dann per Luftfracht importiert

werden muss statt per Seefracht – oder per Expresssendung, was oftmals nicht nachhaltig ist und den Preis verteuert.

Zeitige Druckfreigabe: die Magie

Nicht selten verschiebt sich die finale Druckfreigabe um Stunden oder sogar Tage, weil noch letzte Änderungen eingearbeitet werden müssen. Was harmlos klingt, hat spürbare Auswirkungen: Die Druckerei muss Produktionsslots umplanen, Materialien werden teurer, weil sie kurzfristig beschafft werden müssen, und der Versand wird zur logistischen Herausforderung. Wer die Druckfrei-

gabe rechtzeitig erteilt, bekommt dagegen oft bessere Konditionen, sichere Liefertermine und reduziert das Risiko teurer Fehler.

Spannung im Detail: Der Unterschied macht sich bezahlt

Stellen Sie sich zwei Marketingteams vor: Das eine arbeitet nach dem Prinzip «Feuerwehr» und reagiert immer erst, wenn es brennt – mit allen Konsequenzen. Das andere setzt auf vorausschauende Planung, nutzt die gewonnenen Ressourcen für kreative Exzellenz und agiert frühzeitig mit Ruhe und Kreativität, das sind die «Performer». Welches Team überrascht mit einer makellosen Kampagne, die nicht nur im Budget bleibt, sondern auch die Zielgruppe begeistert? Der Unterschied zeigt sich am Ende nicht nur in den Zahlen, sondern auch im Markenauftritt und in der Wahrnehmung im Unternehmen.

Fazit: Professionalität zahlt sich aus

Kosten sparen im Marketing ist keine allzu grosse Herausforderung, sondern das Ergebnis einer professionellen Vorbereitung und konsequenten Umsetzung. Wer die Vorteile frühzeitiger Planung, Entscheidung und zeitiger Druckfreigabe nutzt, gewinnt nicht nur finanzielle Freiräume, sondern auch die Gelassenheit, sich auf das Wesentliche und die Kernkompetenz zu fokussieren: wirkungsvolle Marketingkommunikation, die überzeugt und begeistert.



Professionalität zahlt sich immer aus.

