

CEO-Tipp des Monats

von Guido Quelle

Lassen Sie mehr ausprobieren



„Perfekt“, sagt der Geschäftsführer am Ende der Präsentation. „Das wird die perfekte Innovation“.

Nein, das wird sie nicht.

Die perfekte Innovation ist ebenso ein Mythos wie das perfekte Produkt, der perfekte Bericht, der perfekte Vortrag, der perfekte Urlaub, das perfekte Paar. Es gibt keine 100 Prozent bei nicht-messbaren Dingen, wir müssen mit Unschärfen leben und selbst bei messbaren Dingen kommt es auf die Präzision der Messung an.

In der Vorlesung „Systemanalyse“ fragte der Professor seinerzeit gern, wie lang die Küstenlinie Deutschlands sei. Die Antwort: man kann sie nicht messen, weil die Frage besteht, wo die Küste beginnt und welches Sandkorn mitzumessen ist. Natürlich gibt es eine offizielle Zahl, aber sie ist eines sicher nicht: perfekt.

Hier ist ein genereller Hinweis an Unternehmenslenker: Lassen Sie mehr Unperfektion zu, lassen Sie mehr ausprobieren. Was dies spezifisch für Ihr Unternehmen heißt, kann ich Ihnen nicht aufzeigen, denn ich kenne ihr Unternehmen nicht gut genug. In den Unternehmen, die wir beraten – und zu uns kommen nur die Unternehmen, die ohnehin schon gut auf dem Weg sind und die besser werden wollen –, finden wir immer wieder musterhaft Situationen, in denen ein Mehr an Ausprobieren hilfreich wäre. Einfach mal machen, sich trauen, nach vorne gehen, ins Risiko.

Perfektion ist eine Ausrede. Akzeptieren wir für den Moment, dass Dinge nicht perfekt werden, dass eine Qualität von 100 Prozent nicht erreicht werden kann, eine Reklamationsquote von Null unrealistisch ist, dass natürlich das eine oder andere Mal bei einer Dienstleistung etwas schiefgeht, werden Ent-

scheidungen leichter. Nein, ich plädiere hier nicht für Liederlichkeit. Ich plädiere nicht für einen leichtfertigen Umgang, nach dem Motto: „Wird eh’ nix.“ oder „Ist doch egal, Hauptsache schnell.“ Davor muss man sich nämlich sehr wohl hüten, denn der Verzicht auf Perfektion bringt solche Stilleblüten hervor, es ist also eine Balance zu finden zwischen dem Anspruch auf größtmögliche Qualität unter Berücksichtigung der zeitlichen und wirtschaftlichen Ökonomie und dem Mindest-Qualitätsanspruch.

Ein recht guter Indikator für den richtigen Grad der Qualität ist die Frage, ob der Abnehmer einer Leistung, eines Produkts eine bestimmte Verbesserung bemerkt, beziehungsweise, wenn es sich um eine interne Leistungsverbesserung handelt, ob sie hinreichenden Nutzen bringt. Zehn Tippfehler in einem Buch von 200 Seiten? Geschenkt. Auf jeder zweiten Seite ein Fehler? Hm. Einer von vielen Schaltern bei einem komplexen Produkt nicht ganz optimal positioniert? Tragbar. Viele kritische Schalter an den falschen Stellen? Keine gute Idee.

Kurzum: Lassen Sie nicht zu, dass Perfektion zur Ausrede wird, dass Perfektionsstreben Zeitpläne sprengt, dass mangelndes Selbstbewusstsein – oft ein Grund für Perfektionsstreben, denn erst wenn meine Leistung perfekt ist, bin ich nicht mehr angreifbar – Sie und Ihr Unternehmen ausbremst. Dazu brauchen Sie als Unternehmenslenker aber Mut zum Ausprobieren und ein klares Verständnis darüber, wo Sie Zugeständnisse machen und wo nicht. Auch darüber sprechen wir mit unseren Klienten regelmäßig.

Bedenken Sie: Die meisten Dinge lassen sich korrigieren.