

31 Dinge, die Ihre Marke eher braucht als Perfektion

von Linda Vollberg

Kurzübersicht

- o Selbst bei einer Premiummarke geht es nicht um Perfektion.
- o Ein perfekter Eindruck ist subjektiv, ein individuell perfektes Markenerlebnis mag für eine andere Person nicht perfekt sein.
- o Manche Eigenschaften bilden gegenseitige Pole zwischen denen es gilt, den Marken-individuellen und situationsabhängig richtigen Punkt zu treffen – so Beharrlichkeit und Beweglichkeit – doch perfekt wird es nicht.



Selbst bei einer Premiummarke geht es nicht um Perfektion. Denn wer beurteilt, was perfekt ist? Wer, was und wie bildet sich ein Maßstab? Ein perfekter Eindruck ist subjektiv, ein individuell perfektes Markenerlebnis mag für eine andere Person nicht perfekt sein. Keinen Fehler gemacht zu haben, muss nicht heißen, perfekt abgeliefert zu haben, denn vielleicht stand das Perfektionsstreben im Weg – man war zu langsam, zu langweilig oder hat einfach nicht genug versucht. Darum dreht sich dieser Beitrag – um 31 andere Werte und Eigenschaften, die für eine erfolgreiche Markenführer relevanter sind als Perfektion. Vielleicht möchten Sie diese unvollständige Liste in beliebiger Reihenfolge aus Perspektive Ihrer Marke diskutieren. Wo steht Ihre Marke? Was verbinden Sie mit dem jeweiligen Begriff? Und wo verkaufen Sie sich unter Wert bzw. worauf haben Sie zuletzt zu wenig geachtet?

- Kreativität
- Verrücktheit
- Mut
- Fürsprecher
- Kontur
- Authentizität
- Eigenständigkeit
- Klarheit
- Kommunikation
- Führung
- Innovation
- Qualität
- Stärke
- Haltung
- Kernkompetenzen
- Persönlichkeit
- Entscheidungsfreude
- Kontinuität
- Schnelligkeit
- Erneuerung
- Individualität
- Herzlichkeit
- Beharrlichkeit
- Beweglichkeit
- Einheit
- Nutzen
- Profitabilität
- Emotion
- Coolness
- Beziehungen
- Erfolg

Manche Eigenschaften bilden gegenseitige Pole zwischen denen es gilt, den Marken-individuellen und situationsabhängig richtigen Punkt zu treffen – so Beharrlichkeit und Beweglichkeit – doch perfekt wird es nicht. Wichtig ist jedoch das Gespräch über das richtige Maß und die dazu passende Entscheidungsfreude seitens der Markenführung und der Teammitglieder. War unser Aufenthalt im The Ritz-Carlton, Wolfsburg – eines der besten Hotels Deutschlands mit einzigartigem Service und ausgezeichneter Küche – mit der Seoner Gilde im März perfekt? Nein. Nicht alle Zimmer waren zu 100% bezugsfertig, der Shuttle-Bus kam leicht verspätet, das Auto war zur Abreise nicht rechtzeitig vorgefahren. War der Aufenthalt dennoch großartig und die Veranstaltung gelungen? Und ob! Das Gesamtbild war so persönlich und gleichermaßen leistungsorientiert, dass wir begeistert waren und im Nachhinein sogar noch ein kleines Päckchen u.a. mit Stiften und einer Quietsche-Ente für unseren Sohn von einer besonders aufmerksamen, jungen Auszubildenden nach Hause gesandt bekommen haben. War es perfekt? Nein, aber dann hätten wir doch auch nichts zu erzählen.

PS: Wieso es 31 Dinge sind? Weil der mit der Quietsche-Ente beschenkte junge Mann dann meine Aufmerksamkeit eingefordert hat. Wer andere Werte sucht oder diskutieren möchte, kann mir sehr gerne schreiben: linda.vollberg@mandat.de