



Linda Vollberg ist geschäftsführende Gesellschafterin der Mandat Managementberatung.

linda.vollberg@mandat.de
www.mandat.de

Kolumne

Raus aus der Perfektionsfalle

Perfektion muss nicht per se oberste Priorität haben, selbst bei einer Premiummarke. Es gibt 31 Dinge, die Ihre Marke eher braucht als Perfektion.

Wir bemerken es in zahlreichen Projekten: Teams streben nach Sicherheit. Unternehmen freuen sich über Routinen. Eine möglichst reibungsarme Abwicklung des Tagesgeschäfts ist ein Erfolg. Dass dies dauerhaft kein Garant für zukünftiges Wachstum ist, ist fast allen Beteiligten sehr klar, aber es fehlt das Zutrauen, sich zu entscheiden, Innovationen zu zünden und neue Ideen anzupacken, in einem Umfeld, das sich volatil zeigt, dessen Rahmenbedingungen sich verändern angesichts teilweise existenzieller Herausforderungen.

All das verstehe ich gut und halte vieles in Anbetracht konservativer Unternehmensführung auch für gerechtfertigt – zumindest zeitweise. Wofür ich aber Mut zusprechen möchte, ist, die bestehende Unsicherheit nicht in Perfektionsstreben zu kanalisieren und vermeintlich mögliche Fehler im Vorfeld ausmerzen zu wollen, sondern die Dinge, für die Sie sich entscheiden, zügig auf die Strasse zu bringen.

Nicht den Schnelligkeitsbonus verlieren

Der Wunsch nach Gelingsicherheit, Beständigkeit und eben keiner weiteren notwendigen Korrektur treibt auch den Mittelstand in die Perfektionsfalle. Schnappt diese zu, verlangsamen sich Entscheidun-

gen noch mehr, bleiben weitere Innovationen oder Neuheiten stecken, kommen Digitalisierungskonzepte oder andere Prozessverbesserungen vollständig zum Erliegen. Der kleinen und mittleren Unternehmen häufig attestierte Schnelligkeitsbonus geht verloren. Allerdings geht es selbst bei einer Premiummarke 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 möchte ich Ihnen in dieser Kolumne 31 andere Werte und Eigenschaften, die für eine erfolgreiche Markenführung relevanter sind als Perfektion, an die Hand geben.

31 Dinge, die Ihre Marke eher braucht als Perfektion

Vielleicht möchten Sie diese unvollständige Liste, die eine beliebige Reihenfolge darstellt, aus Perspektive Ihrer Marke diskutieren. Wo steht Ihre Marke bezogen auf den jeweiligen Wert? Was verbinden

Sie mit dem jeweiligen Begriff? Und wo verkaufen Sie sich unter Wert beziehungsweise worauf haben Sie zuletzt zu wenig geachtet? Wovon darf es etwas mehr sein?

- › 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

Auch eine individuelle Perspektive

Manche Eigenschaften bilden gegenseitige Pole, zwischen denen es gilt, den Marken-individuellen und situationsabhängigen 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.

Ein Beispiel: Wir waren im März mit einer Gruppe von Unternehmerinnen und Unternehmern zu einer eineinhalb tägigen Veranstaltung im The Ritz-Carlton, Wolfsburg – eines der besten Hotels Deutschlands mit einzigartigem Service und ausgezeichneter Küche. War unser Hotelaufenthalt perfekt? Nein. Nicht alle Zimmer waren zu 100 Prozent 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 unter anderem mit Stiften und einer Quietsche-Ente für unseren Sohn von einer besonders aufmerksamen, jungen Auszubildenden nach Hause gesandt bekommen haben. War das perfekt? Nein, aber dann hätten wir doch auch nichts zu erzählen. Es war persönlich, herzlich und zeigt extrem gute und offene Führung, die scheinbar auch ihren jüngsten Mitarbeitern bereits erfolgreich vermittelt hat, dass der Gast niemals im Weg, sondern immer im Mittelpunkt steht und dass eine erfolgreiche Geschäftsbeziehung eben eine Beziehung zwischen Menschen ist. Selbstverständlich werden wir das Hotel empfehlen und auch im kommenden Jahr wieder zu Gast sein. Wieso es 31 Dinge sind? Weil der mit der Quietsche-Ente-beschenkte junge Mann dann meine Aufmerksamkeit eingefordert hat und ich die Aufzählung beenden musste. Wer andere Werte sucht oder diskutieren möchte, kann mir gerne schreiben: linda.vollberg@mandat.de ‹‹

Anzeige

MEDIAGON®
Made in Switzerland +

Physikalische Wassertechnologie für Gewerbe und Industrie

- Weniger Kalksteinbildung
- Gleichmässige Wärmeabfuhr
- Weniger Energiekosten
- Wartungsfrei

