

Wann spielen Sie das nächste große Konzert?

von Linda Vollberg

Kurzübersicht

- o Betrachten Sie Ihre Mannschaft oder einen Bereich Ihres Unternehmens einmal als Band: Sitzt jeder am passenden Instrument?
- o Wird ausreichend geprobt – und zwar nicht nur alleine, sondern gemeinsam?
- o Was passiert nach dem großen Auftritt?



Was werde ich vom diesjährigen Internationalen Marken-Kolloquium lernen? Welche Unternehmensgeschichte wird mich besonders berühren? Welche neuen Aspekte der Markenführung nehme ich mit für Mandat und für unsere Klienten?

Wenn Sie diesen Beitrag lesen, sind wir in den Vorbereitungen auf Seeon, in Seeon oder in der unmittelbaren Nachbereitung des 20. Internationalen Marken-Kolloquiums, was wir in diesem Jahr unter dem Fokusthema „Marke – Global Player oder Local Hero“ ausrichten. Bei unserem Fokusthema startet der Gedankenstrom bereits. Wieso eigentlich „oder“? Wieso nicht „und“? Oder „auch“? In diesem Beitrag möchte ich jeden von Ihnen einladen, sich gedanklich mit uns am Vorabend des Kolloquiums zu treffen. Denn bereits am Mittwochabend erwartet alle Teilnehmer ein Highlight, denn es wird laut.

Ist eine Heavy Metal Band eine Marke? Eindeutig ja! Von Axel Ritt, u. a. Gitarrist der international bekannten Heavy Metal Band Grave Digger erhoffe ich mir vor allem Inspiration in Sachen Führung und Teamleistung. Haben Sie einen Bereich in Ihrem Unternehmen schon einmal als Band betrachtet? Sitzt jeder am richtigen Instrument? Wird genug geprobt? Wie war die Generalprobe? Was passiert beim Live-Auftritt? Wird Backstage gefeiert oder ist jeder froh, wenn er zurück in den Nightliner darf und sich abschotten kann? Ein wesentlicher Treiber für die Freude und das Feuer immer wieder die beste Leistung abzurufen, ist der gemeinsame Erfolg und der Umgang damit. Meiner Erfahrung nach kommt das gemeinsame Proben im Unternehmenskontext regelmäßig zu kurz. Jeder einzelne weiß, was er zu tun hat, spielt sein Instrument vielleicht sogar virtuos. Aber was passiert an den Übergängen? Was passiert an den Schnittstellen? Hier sind nicht immer alle im Takt und vergeben

Wachstumspotenziale. So erleben wir in unseren Projekten entweder Frustration, da Top-Teilleistungen durch eine schwache Schnittstelle zu einem mittelmäßigen Ergebnis geführt haben oder Unsicherheit, weil beispielsweise Prozessschritte immer wieder überraschend gestartet werden, Abstimmungen in abteilungsübergreifenden Runden nicht wie verabredet stattfinden oder Verantwortlichkeiten nur zu 80% wie besprochen erfüllt werden. So kann keine wiederholt abrufbare Top-Leistung entstehen – und falls doch, entsteht sie häufig unter unnötigem Stress. Wenn es den Gitarristen während des Konzerts in den Fingern juckt und er ein unabgestimmtes Solo spielt, wird das den Rest der Band nicht unmittelbar freuen und vielleicht floppt sogar der ganze Song. Der Kunde bzw. der Fan und die Gesamtleistung geraten dabei aus dem Fokus.

Sehr viele unserer Klienten verfolgen den Anspruch, immer einen Hauch besser zu sein, als ihre Wettbewerber, nur ein wenig schneller, eine Extrameile gehen, nicht fünf. Dieser bessere Gesamteindruck entsteht häufig nicht, in dem jeder individuell den besten Auftritt seines Lebens hat. Er entsteht, wenn die Teamleistung exzellent ist. Wenn die Übergänge gelingen, wenn das Team im Takt spielt.

Nehmen Sie also die folgenden Fragen mit in den Oktober: Agiert Ihre Mannschaft gerade als eingespielte Band, die Stadien füllen kann? Sind die Instrumente passend verteilt? Was ist für Sie eine gelungene Generalprobe? Und was passiert Backstage?

Ich bin gespannt, auf welche Antworten Sie kommen und welche Gedanken ich Ihnen aus Seeon mitbringen kann für den kommenden Growthletter.