



Linda Vollberg ist geschäftsführende Gesellschafterin der Mandat Managementberatung.

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

Kolumne

Optimismus als bewusste Entscheidung

Halbzeit 2025: Wo stehen wir, was braucht es jetzt und wohin wollen wir? Und welche Rolle spielt Optimismus dabei?

Ein halbes Jahr liegt hinter uns. Die Jahresmitte ist mehr als ein Kalendereintrag – sie ist ein Moment der Reflexion, Neuausrichtung und eine Möglichkeit, um Impulse zu setzen, Prioritäten zu unterstreichen, zu justieren oder auch neu auszurufen. Die Jahresmitte kann damit zu einem wichtigen Moment der Führungsstärke werden. Wie stabil entwickelt sich das Geschäft? Welche Innovationen greifen? Welche Weichenstellungen der vergangenen Monate waren wirksam – und was braucht es jetzt?

In all diesen Fragen zeigt sich ein zentrales Muster: Unternehmerischer Optimismus ist kein Schönwettergefühl. Er ist Strategie. Optimismus gibt Energie. Und Optimismus ist eine bewusste Entscheidung.

Wachstum nicht als Risiko, sondern als Chance denken

In Zeiten erhöhter Unsicherheit, volatiler Märkte und technologischer Umbrüche fällt es manchen Menschen zunehmend schwer, Wachstum nicht als Risiko, sondern als Chance zu denken. Denn wenn wir Wachstum als Veränderung begreifen, sind noch mehr Veränderungen nicht das, was unbedingt gewünscht wird. Und doch zeigt sich uns eindeutig: Die resilientesten Unternehmen im Mittelstand,

mit denen wir zusammenarbeiten, sind nicht die vorsichtigsten – sondern es sind die klarsten. Es sind diejenigen mit dem schärfsten Fokus, mit der deutlichsten Markenkontur, mit dem grössten Mut, Dinge wegzulassen – mit einer klaren, inhaltlich-strategischen Marschroute vor Augen.

Sie wachsen nicht blind, sondern gezielt. Sie investieren nicht, weil andere das tun, sondern weil es zu ihrer Vision und zu ihrem langfristigen Markenversprechen passt. Sie erkennen passende Opportunities, weil sie innerlich auf positive Zukunft ausgerichtet sind, nicht auf Krise und Rezession.

Innovation beginnt in der Unternehmenskultur

Optimistisches Wachstum heisst: Wir glauben an unsere eigene Wirksamkeit. Wir denken nicht in Begrenzung, sondern in Potenzial. Dabei geht es manchmal auch ums Tempo, aber bei weitem nicht nur, es geht vielmehr um die zum Unternehmen passende Richtung.

Innovation ist für uns die treibende Kraft hinter gesundem und intelligentem Wachstum. Und auch Innovation beginnt mit einer inneren, positiven Haltung und nicht erst bei der nächsten konkreten

Produkt-, Dienstleistungs- und Prozessverbesserungsidee. Innovation beginnt bereits in der Unternehmenskultur, in der Art, wie wir Probleme betrachten, Fragen stellen und lernen. Oder eben Missstände hinnehmen, Workarounds zulassen und uns den Umständen anpassen. Empfinden wir Kritik vom Kunden als Fehler, als Angriff, als störend? Oder sehen wir Kritik als Chance zur Verbindung und zur Verbesserung? Trauen wir uns, Dinge zu verändern, auch wenn sie noch gut funktionieren? Erlauben wir Dialoge über unfertige Ideen und investieren in Experimente, auch wenn das Ergebnis nicht sofort messbar sein wird? Rechnen wir wirklich mit dem Erfolg? Oder rechnen wir insgeheim mit dem Scheitern?

Optimismus kann ansteckend sein

Führung, die Zuversicht ausstrahlt, ist spürbar. Ob im Vertrauen in die nächste Innovation, das eigene Unternehmen oder die Mitarbeitenden. Gerade im Mittelstand mit einem häufig direkten Draht zu Inhaberinnen und Geschäftsführern

kann Optimismus ansteckend sein und einen wichtigen Unterschied ausmachen.

Eine optimistische Führung ist für mich dabei nicht grundlos positiv, sondern klar, konstruktiv und verbindlich. Sie vermittelt Sicherheit und spricht offen über Herausforderungen – und ebenso über Chancen. Sie gibt Orientierung, durch klare strategische Ziele, die jedem Teammitglied auch einen eigenen Hebel ermöglichen, wo andere sich in Kennzahlen verlieren. Optimismus zeigt sich in kleinen Sätzen, die keine Lösung vorgeben müssen und doch gleichzeitig die Kultur im Unternehmen verkörpern wie: «Ich weiss noch nicht, wie – aber ich bin sicher, wir finden eine Lösung.»

In wirtschaftlich fordernden Zeiten gewinnt nicht der mit dem lautesten Auftritt, sondern der mit dem authentischsten Angebot. Marken, die Optimismus ausstrahlen – ehrlich, nicht übertrieben –, schaffen Bindung und bieten das, was Menschen sich wünschen: Eine positive Zukunft. Sie stehen für ein Leistungsversprechen und strahlen damit nach innen und nach aus-

sen Zuversicht aus. Wer optimistisch kommuniziert, tut das nicht, um zu blenden, sondern um Verantwortung zu übernehmen für eine Bewegung nach vorne.

Ein kostenloser Wettbewerbsvorteil

Die erste Hälfte des Jahres 2025 ist um und hat gezeigt, dass der Mittelstand widerstandsfähig, innovativ und agil ist. Von smarten Automatisierungslösungen über neue Geschäftsmodelle bis hin zu kreativer Markenführung bin ich immer wieder begeistert von Themen, die unsere Klientenunternehmen in die Tat umsetzen. Es sind dabei oft die nach aussen «leisen» Unternehmen, die Grosses bewegen, und es gibt genügend Gründe, um zuversichtlich zu sein. Ist Ihr Anspruch für die kommenden sechs Monate klar? Optimismus ist ein Wettbewerbsvorteil und kostet nichts. Gehen Sie die zweite Jahreshälfte mit Klarheit, Selbstvertrauen und Entschlossenheit an! Die besten Chancen entstehen selten unter Idealbedingungen – sondern dann, wenn jemand den Mut hat, sie zu sehen und zu ergreifen. «

Anzeige



Universität St. Gallen

Executive School

«Fühlen Sie sich sicher in Rechtsfragen?»

Starten Sie den **Lehrgang Wirtschaftsrecht für Manager** mit dem Modul Ihrer Wahl:

- Sanierung, Haftung und Nachfolge, 01.-05. Sep. 2025
- Unternehmensverkauf und Umstrukturierung, 27.-31. Okt. 2025



lam.unisg.ch/wrm



INFO-ANLÄSSE
online

1. Juli 2025
19. August 2025