

Kommentar:

Besondere Zeiten - besondere Chancen

Markenführung mit neuen
Vorzeichen



**„Natürlich, antizyklisch!“ An Schönwettertagen bestätigt das ein jeder. Sobald der Wind rau-
er bläst, passiert allzu häufig leider genau das Gegenteil. Leute werden entlassen, im Mar-
keting wird gespart, F + E werden reduziert. Die Furcht vor dem Verlust scheinbar sicherer
Pfründe ist ganz und gar destruktiv. Sie bewirkt das exakte Gegenteil dessen, was bezweckt
war. “**

(Hermann Mittermair, Atelier & Friends, inoVato Netzwerkpartner)

Personalabbau und aussetzende Markenpräsenz signalisieren auch dem Markt ganz klar: Angst. Und Zurückhaltung bei der Entwicklung neuer Produkte rächt sich zwar erst spät, aber verlässlich. Dazu kommt, Kunden haben ein feines Sensorium und reagieren rasch auf ängstliche und schwache Unternehmen.

Gerade jetzt gilt um so mehr: Man kann nicht nicht kommunizieren. Die Botschaften, die Sie durch Ihr Verhalten

heute absetzen, sagen sehr viel über die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens aus.

Kunden/Käufer suchen gerade jetzt den souveränen Lieferanten. Sie wollen spüren, dass sie sich für einen Partner entschieden haben, der verlässlich ist, auch von anderen nachgefragt bleibt, sich rasch mit neuen, relevanten Produkten gewappnet hat, dem die Krise wenig anhaben kann.

Das Kundenverhalten ist Ausdruck eines hohen Sicherheitsbedürfnisses. Wichtig ist also, jetzt deutliche Botschaften zu senden, die helfen, das Terrain „auf Sicht“ abzusichern oder sogar aktiv neue Märkte zu akquirieren. Gute Voraussetzungen für die Gestalter von unternehmerischer Zukunft:

Erst die Spitzenleistung, dann die Kommunikation.

Starke und nachhaltige Marken basieren immer auf Spitzenleistungen und nicht auf Kommunikation. Nur so können sich Werte manifestieren und Vertrauen bilden. Marken gewinnen ihre Faszination also aus dem bisher Geleisteten und nicht aus der Erwartung einer möglichen Zukunft. Marke ist das mit Kundenbegeisterungs-Erlebnissen gefüllte Konto und nicht der Kredit darauf. Die Kraft Ihrer Marke von morgen gründet also in Ihren Spitzenleistungen von heute.

Zeit ist das wertvollste Kapital.

Gerade in krisenhaften Phasen des Unternehmens muss Zeit besonders produktiv genutzt werden. Entrümpeln Sie physisch und geistig. Schaffen Sie Raum, längst vorhandene Ideen umzusetzen, geben Sie sich Zeit für neue Ideen. Verwenden Sie Zeit aber auch dafür, Ihr Team und Ihr Unternehmen auf die veränderten Märkte „danach“ vorzubereiten. Zeit ist Ihr Investment in Ihre „Future Fitness“.

Unternehmen werden Sinn-Fabriken.

Authentische Menschen formen authentische Unternehmen. In einer an Idealen arm gewordenen Welt bietet sich Un-

ternehmen eine neue Rolle als Sinnstiftungs-Einrichtungen. Eine Kultur des verantwortungsvollen identifizierten Seins, der emotionalen Zugehörigkeit zur Unternehmens-Community nährt das neue Selbstverständnis der Menschen. Je besser es also in Zukunft gelingt, MitarbeiterInnen die gesamtgesellschaftliche Bedeutung ihrer Arbeit zu vermitteln, desto höher ist das individuell erlebte Sozialprestige und damit der emotionale Mehrwert aus dem Job. Das drückt sich unmittelbar in Loyalität aus. Unternehmen werden also nicht mehr nur Produkte oder Dienstleistungen verkaufen, sondern ebenso die soziokulturelle Bedeutung ihres Tuns.

Das „Wir“ wird den langfristigen Unternehmenserfolg bestimmen.

Führungsarbeit bedeutet in Zukunft mehr denn je, den Mitarbeitern in der „Gemeinschaft Unternehmen“ Freiräume zur Entfaltung der eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten bereitzustellen, um davon als Gesamtes wieder zu profitieren. Prof. Götz Werner, der große weise Mann hinter der Marke dm, rundete das jüngst mit dem so einfachen wie erkenntnisreichen Satz ab: „Marke bildet sich in der Weise, wie wir uns verhalten.“ Und Werner weiter: „Man muss das über die Bande spielen, denn wer will sich heute noch führen lassen.“

Genug gejammert, genug abgewartet. Allerorts ist Aufbruchstimmung. Spätestens jetzt müssen UnternehmerInnen ihre Angststarre verlassen und die Zukunft neu gestalten. Denn nur wer sich bewegt, eröffnet sich neue Chancen. Fahren Sie auf Sicht, aber fahren Sie. ■

» Marke ist ein mit Begeisterungs-Erlebnissen gefülltes Konto. «

