

Freitag, 14. Dezember 2007

Bumm

Viele Unternehmen, Organisationen, Branchen, Märkte bis hin zu Menschen sind nicht davor geschützt, dass sich in ihrem Leben Dinge zutragen – im positiven wie im negativen Sinne – die auf einen Schlag alles verändern. Alles aus einem anderen Blickwinkel aus betrachten lassen. Dinge, die alles, was vorher war, verwischen und vergessen lassen und alles kommende neu definieren. Das passiert ständig. Der Fehler, den viele nur machen, ist sich nicht oder langsam darauf einzustellen. Anstatt den Wandel sofort zu erkennen und zu akzeptieren, verzögert man diesen so wichtigen Prozess. Man verliert so in der Regel die wichtigste Zeit zu reagieren. Zu agieren. Und muss somit mit allen daraus entstehenden Folgen potenziert rechnen. Die Dinge können sich innerhalb kürzester Zeit grundlegend ändern. Wer die Fähigkeit und Bereitschaft entwickelt oder mitbringt, sich diesen Prozessen ohne Vorbehalt sofort zu stellen, der ist im Vorteil. Denn mit der Trägheit der anderen kann man sicher rechnen. Wie auch mit der fehlenden Flexibilität. Wenn man sich die Entwicklung von Produkten mal ansieht, wie dem Auto oder dem Fernseher, der wird feststellen, dass die wenigsten Entwicklungen aus eigenen Antrieb entstanden sind. Sondern weil einer diese neue Entwicklung ausgelöst hat und alle anderen hinterher müssen. Müssen. Genau so kommt das dann auch rüber. Die Innovatoren und Erfinder sind nur ganz wenige. Ganz, ganz wenige. Aber wenn die etwas auslösen, dann zieht das immer eine riesige Welle der Veränderung hinter sich her. Der Antrieb, etwas wirklich Neues sofort umzusetzen, ist nur ganz wenigen vorbehalten. Die Masse wartet darauf, dass jemand es ihnen vormacht. Und so sitzen sie da. Und warten auf diesen einen Moment, der alles verändert. Warten, ob diese Veränderung Früchte trägt. Ob alle anderen auch mitmachen und dann macht man selbst auch noch mit. Wenn man noch kann. Viele haben auch den letzten Waggon des Zuges der Entwicklung regelmäßig verpasst. Nicht mal auf den konnten sie noch aufspringen. Die haben eben den Knall von dem Bumm nicht gehört. Pech.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 08:30