

Donnerstag, 27. Dezember 2007

Vom Kampf gegen Windmühlen – Vorurteile

Es ist sinnlos. Das wissen fast alle. Trotzdem unternehmen Unternehmen fast alles, um den Kampf gegen Windmühlen aufrecht zu erhalten. Mit der Absicht diesen nicht zu gewinnenden Kampf letztendlich dann doch für sich zu entscheiden. Was zwar unmöglich ist, aber deshalb auch das große Engagement. Wie blöd? Wie teuer? Wie sinnlos? Wie aufwendig? Nun gut. Der Kampf gegen Vorurteile und diese richtig zu stellen und zu rücken ist einer auf verlorenem Posten. Immer. Man sollte aus dem Vorurteil einfach mal das „rur“ nehmen, dann bleibt das übrig, um das es geht – Vorteil. Warum schöpfen die Unternehmen nicht Vorteile aus den Vorurteilen? Damit würden sie wesentlich besser fahren. Aber das Unternehmen möchte, dass ihm Gerechtigkeit widerfährt - um jeden Preis. So ein Quatsch. Anstatt sich darüber zu freuen, dass der Kunde sich überhaupt ein Urteil gebildet hat, zwar ein Vorurteil, aber immer noch besser, als wenn er sich gar kein Urteil bilden würde. Nein, da will er dem Kunden seine Meinung nehmen und diese im Kopf umdrehen. Warum? Wollen Unternehmen nicht Geld verdienen? Produkte und Dienstleistungen verkaufen? Ist mir da etwas entgangen? Die großen Drei in diesem Land, die sich über die Vorurteile freuen dürfen, sind die Bahn, die Post und die Telekom. Die können machen, was sie wollen, der Kunde hat immer mehr erwartet. Der kleinste Fehler wird nicht entschuldigt und nicht verziehen. Die kleinste Unzulänglichkeit wird wie ein großes Vergehen bewertet. Egal was die Drei auch machen, die stehen immer schlechter da als alle anderen. Würden sie es sogar gleich gut machen, dann würde dieselbe Leistung aber 30% niedriger bewertet werden. Das bedeutet wie in der Schule früher, man gibt denselben Aufsatz ab, der eine bekommt eine 2, diese Unternehmen bekommen aber eine 5 - für dasselbe. Anders herum. Würde ein x-beliebiges Unternehmen nur eine 5 abliefern, müsste einer der Drei eine 2 abliefern, um gleich bewertet zu werden. Und trotzdem unternehmen die Unternehmen alles, um dieses Loch des Vorurteils zu schließen. Meine Theorie sagt das Gegenteil aus. Lieben wir die Vorurteile. Machen wir Vorteile daraus. Machen wir sie uns zu eigen. Nutzen wir diese. Womit kann man mehr Sympathiepunkte sammeln als mit seinen Schwächen. Diesen mit dem nötigen Humor zu begegnen. Sich über sich selbst lustig zu machen, ist nicht nur eine besondere Stärke, sondern der Anfang von so etwas wie wirklich cool zu sein. Ich möchte an dieser Stelle nicht zu viel verraten, aber wenn man sich in den Kulturen in der Geschichte mal umsieht, was Völker aus ihren Vorurteilen gemacht haben, dann können diese Unternehmen viel davon lernen. Eine Idee z.B.: Wenn auf dem Bahnsteig dem Reisenden vermittelt wird, dass sein Zug 20 Minuten Verspätung hat, warum erklingt danach nicht: Always look on the bright side of live.... Ich denke, wer seine Vorurteile mit Humor nimmt und diese pflegt, der widerlegt sie letztendlich. Man nimmt den Speerspitzen die Spitzen. Somit werden diese stumpfer und stumpfer. Schotten, Ostfriesen, Schwaben.... die kennt man wenigstens. Und die werden einen Teufel tun, ihre Vorurteile zu bekämpfen. Sie nutzen diese. Welcher Schwabe hat, wenn es um Geld geht, noch nie in seinem Leben gesagt: Entschuldigen Sie, aber ich bin Schwabe. Was würden mir für wunderbare Dinge einfallen, die aus Vorurteilen große Vorteile machen würden. Aber mich fragt ja keiner.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 17:06