

Donnerstag, 19. Juni 2008

Denn sie wissen nicht, was sie tun

Ich weiß nicht, was gerade los ist. Aber aus irgendeinem Grund fühlen sich viele Unternehmen dazu aufgerufen und befähigt, ein Unternehmensleitbild aus dem Boden zu stampfen und somit ins wirkliche Leben zu rufen. Da wird mit großem Aufwand alles formuliert, das leiten soll. Anleiten. Ableiten. Durchleiten. Überleiten. Wir Werbefuzzis werden natürlich nicht mit ins Boot geholt. Wir denken und handeln für ein solches Thema viel zu trivial. Wir dürfen bis auf weiteres mit Krümeln versuchen, Kommunikation zu gestalten. Wenn es aber mal einen Kuchen gibt, bleibt für uns nichts übrig. Hier geht es wirklich um Qualität in der Sache. Da können nur Unternehmensberater zur Seite stehen. Die sich das größte Stück vom Kuchen abschneiden dürfen. Das Ergebnis ist oft ebenso verblüffend wie erschreckend. Auf einer DIN-A4-Seite ist alles zusammengedampft worden, was leiten soll. In die richtige Richtung. Glaubt mir, gerne würde ich euch ein paar Kostproben kredenzen. Aber das würde mich den einen oder anderen Kunden kosten. Denn in den erlauchten Gremien, die so etwas formulieren, sind auch Leute vertreten, die da keinen Spaß verstehen. Was auffällt, ist das sinnlose Appellieren an Verhaltensweisen, was so formuliert natürlich wirkungslos verpuffen muss. Oder auch die ganz großen Worthülsen, die überall immer wieder auftauchen. Das Schöne und wirklich Lustige aber ist, dass die Formulierungen so etwas von generisch sind, dass man sie wirklich für alles benutzen und einsetzen kann. Alles. Machen Sie sich mal den Spaß, nehmen Sie sich ein Leitbild und tauschen Sie den Firmennamen einfach mal aus, mit was Sie wollen. Sie werden sich wundern, das passt immer. Ich frage mich, was soll ein Leitbild überhaupt? Was soll und kann es bewirken. Bei den Mitarbeitern, aber auch in der Außenwirkung bis hin zum Kunden? Was ich da zu lesen bekomme, liest sich immer wie ein Marschbefehl. An Menschen, denen es offensichtlich an gesundem Menschenverstand fehlt. An Orientierung. An Wissen. An Erfahrung. An Gemeinschaftssinn. An allem. Diese Leitbilder entmündigen geradezu die Menschen, an die sie gerichtet sind. Sie degradieren Menschen und reduzieren Menschen auf die reine Funktion. Ich würde mal gern ein richtiges Leitbild für ein großes Unternehmen machen dürfen. Das sich an alle richtet. Und klar zeigt, wo es lang geht: Der Titel lautet: The Rock 'n Roll Company. Der zentrale Leitgedanke lautet: „We will rock you“ Und dann würde ich nur Zitate aus großen Rock-Songs verwenden. Oder so was wie: "Shut Up 'N Play Yer Guitar" Und ich würde Rock-Konzerte veranstalten. CD-Editionen damit verbinden. Das erste Leitbild das „laut und geil“ ist. Dann würde ich einen fetten Rock-Song komponieren lassen, der das gesamte Leitbild auf den Punkt bringt. Den Vorstand würde ich auf einer Bühne fotografieren lassen, wie bei einem Rock-Konzert vor 80.000 begeisterten Fans resp. Kunden. Ach, ich träume wieder. Also, zurück zur Realität. Zurück in die Reihe.

Geschrieben von Christof Hintze in Fight-Club um 09:18

Hammer hart.
super - weiter so
lg
aus München
Anonym am Juni 20 2008, 18:55