

Montag, 10. Juli 2006

## **Der Veränderungsstau**

Wenn bei einem technischen Produkt ein Problem aufkommt, kann man eine passende Veränderung vornehmen. Mechanische Veränderungen sind machbar. Eine Warnanzeige in meinem Auto zeigte mir unlängst den Hinweis "Bremsanlage kontrollieren". Nun gut, dachte ich, das muss ja nicht sofort sein. Die nötige Veränderung ist sicher auch nächste Woche noch rechtzeitig.

Die nächste Woche brachte zum Vorschein, dass – wenn ich sofort reagiert hätte – nur zwei alte gegen zwei neue Bremsbeläge hätten ausgetauscht werden müssen. Aber nun waren die Bremsscheiben ebenfalls beschädigt. Somit war eine größere Veränderung erforderlich geworden.

Ich erzähle das, weil genau hier ein kleines, aber ungemein auswirkungsvolles Problem liegt. Veränderung ist eigentlich ein kontinuierlicher Prozess. Den wir aber nicht so behandeln. Auch nicht im Marketing. Sondern eher nach dem Gummizug-Prinzip. Wenn es gut läuft, rasen wir mit hoher Geschwindigkeit über alles hinweg. Dabei verpassen wir die Veränderung, weil wir gerade mit Wichtigerem beschäftigt sind. Daher müssen wir bei einer Veränderung plötzlich voll in die Bremsen steigen, und alle folgenden Veränderungen stauen sich wie auf dem Mittleren Ring. Und müssen dann mit hohem Aufwand abgearbeitet werden. Oder es kommt zum Crash. Es kommt oft und immer häufiger zum Crash. Weil wir immer schneller immer mehr mit uns nehmen. Somit müssten auch die Veränderungen immer schneller und immer mehr sein. Sind sie aber nicht.

Das fällt nicht nur an Marketingentscheidungen auf, sondern auch an den Menschen selbst. Früher war genügend Zeit. zu leben und sich sukzessive den veränderten Bedingungen anzupassen. Heute geht das immer stauweise. Das Wort Reformen ist ein Beweis, dass eine Gesellschaft über einen langen Zeitraum die nötigen Veränderungen nicht vollzogen hat. Der Erfolg macht glauben, dass man nichts verändern müsste. Das ist vollkommen falsch. Im Fußball ist das ähnlich. Andauernder Erfolg ist ein Beweis für kontinuierliche Veränderung.

Bei Menschen hat das besonders drastische Auswirkungen. So lange es läuft, lässt man es laufen. Weil Geschwindigkeit, Druck und Stress es einem gar nicht ermöglichen, sich zu verändern. Niemand will, dass sich eine Person verändert, wenn sie funktioniert. Sondern sie soll einfach nur weiter funktionieren. Somit stauen sich bei Menschen nötige Veränderungen. Dieser Veränderungsstau in der Gesellschaft und in uns selbst entlädt sich dann zumeist eskalierend. Es gibt eine Reihe von Unfällen. Und dann versucht man, möglichst schadlos weiter voran zu kommen.

Dieses Phänomen begegnet mir häufig. Der Veränderungsstau. Ich habe es auch an mir selbst miterlebt. Es ist ein zentrales Problem oder eine zentrale Herausforderung, die es gilt, im Marketing zu vermitteln. Im Erfolg oder im Misserfolg gilt es, keinen Veränderungsstau zuzulassen, das Tempo der Entwicklung nicht hoch, sondern angemessen zu gestalten. Die Veränderung ist zugleich die Anpassung an neue Umstände. Es ist ein Naturgesetz, das der Mensch auf sich bezogen nicht übersehen sollte.

Eigentlich geht es im Leben viel mehr darum, veränderungssicher zu sein und zu bleiben. Das ist Grundlage dafür, die Lebens- und die Arbeitsqualität auf einem optimalen Niveau zu halten. Alles andere schafft zwar außerordentliche Höhepunkte, aber denen folgen auch ebenso außerordentliche Tiefpunkte. Somit wäre eine gute Veränderungsdynamik ausschlaggebend dafür, das Niveau unseres Daseins sukzessive, Stufe für Stufe qualitativ auf eine höheres Niveau zu bringen.

Deshalb ist es extrem von Vorteil, wenn man keine Furcht vor der Veränderung hat, sondern lieber nach sinnvollen, guten und erstrebenswerten Ausschau hält. Das ist wie einen neuen Wein entdecken. Einen neuen Strand. Einen neuen Freund. Ein neues Hobby. Eine neue Hingabe. Eine neue Leidenschaft. Nur in der Begegnung mit der Veränderung steckt die Chance zur Entwicklung.

Wer sich der Kontinuität der Veränderung verweigert, der kann sich jetzt gut ansehen, was dabei raus kommt. Oder ein Blick in einen Lebensabschnitt genügt, von dem sie wissen und es sogar fühlen, dass sich da mächtig was aufgestaut hat.

Veränderung beginnt immer zum selben Zeitpunkt: Jetzt.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 12:38