



Von Feindbildern und Respekt

20 JAHRE MARKETINGFORUM „KICK“

Die Slogan-Strategieberatung hatte Mitte Oktober zum 20. Mal zum Marketingforum „Kick“ nach Filderstadt eingeladen. Für die rund 270 Teilnehmer gab es wieder ein Feuerwerk an Inspirationen für den geschäftlichen, aber auch den persönlichen Erfolg.

Aufwärmen á la Kick: Gemeinsame Fitnessübungen mit dem Stuhl.

„Wer Markterfolg will, muss sich Gegner suchen, auf die er stolz sein kann.“ Das war eine der Kernthesen von Slogan-Geschäftsführer Wolf Hirschmann, die er in seinem Vortrag „Konkurrieren – aber richtig“ in den Fokus stellte. Anhand von wissenschaftlichen Zahlen konnte er belegen, dass Unternehmen mit einem klaren Feindbild profitabler und innovativer sind. Ein weiteres Anliegen des Strategieberaters war es, Unternehmen für die umwälzenden Veränderungen und Stimmungen am Markt zu sensibilisieren. „Verweilen Sie nicht in der Wohlfühlwelt, sondern schaffen Sie einen Gegenentwurf zur Norm“, so einer seiner Tipps.

KOMMUNIZIEREN ABSEITS DES WARUMS

Faszinierende Einblicke in die Welt der Psychologie gab es mit René Borbonus, einer der führenden Spezialisten für professionelle Kommunikation im deutschsprachigen Raum. In seinem Vortrag drehte sich alles um das Thema Respekt. Borbonus zeigte auf sehr unterhaltsame Weise, in welchen Formen sich Respektlosigkeit gegenüber anderen ausdrückt und wie dies teils unbewusst abläuft. „Ihr Gegenüber darf nicht ins Rechtfertigen kommen“, lautete einer seiner goldenen Regeln. Das sei etwa der Fall, wenn man Warum- und Suggestiv-Fragen stelle. Auch Bagatellisierungen wie „Das ist doch nicht so schlimm“ seien kein Ausdruck von Respekt. Besser wäre es in diesen Fällen, erst einmal „das Gefühl des anderen ins Visier zu nehmen“. Generell sieht der Psychologe in den vergangenen Jahren eine starke Zunahme an Respektlosigkeiten. Dies sei unter anderem der Anonymität im Internet und der schnelleren Kommunikation geschuldet: „Die Geschwindigkeit überfordert uns, es kommt zu einer Affekt-Kommunikation.“ Wer eine Mail schreibe, schieße schnell übers Ziel hinaus. Hingegen würde man sich beim Briefeschreiben mehr Zeit zum Überlegen lassen. Verkaufstrainer Andreas Buhr beleuchtete in seinem Vortrag „Vertrieb geht heute anders“ den Kunden 3.0. „Nichts hat sich so stark in den Unternehmen verändert wie der Verkauf“, sagte Buhr und ergänzte: „80 Prozent der Kunden informieren sich heute vor einem Kauf eines Produkts im Internet. Er hat sich damit von seiner traditionellen Rolle des Verbrauchers verabschiedet. Und das verändert alles, stellt die Machtverhältnisse auf den Kopf. Das heißt für den Vertrieb, die Art und Weise, wie kommuniziert wird, aber auch, wie man generell mit Kunden umgeht, muss angepasst werden.“

René Borbonus sieht in der schneller werdenden Kommunikation eine der Hauptursachen für die Zunahme von Respektlosigkeiten.



FOTOS: DR. THEO BREITSOHL, SLOGAN

Die diesjährigen Referenten bei Kick: Andreas Buhr, René Borbonus, Vince Ebert und Wolf Hirschmann (v.l.)

Inzwischen gingen Unternehmen sogar dazu über, sich auf der Analyseplattform Klout.com über den Social-Media-Aktivitätsgrad ihrer Kunden zu informieren: „Kunden die dort ein Klout Score von 65 haben, bekommen zum Beispiel bei KLM von vorneherein ein Upgrade“, sagte Buhr mit einem Schmunzeln.

DIE ROLLE DES ZUFALLS

Um die Rolle des Zufalls im Privaten wie in den Unternehmen ging es im Vortrag von Diplom-Physiker und Comedian Vince Ebert. Die Mischung aus Wissenschaft und Kabarett wie sie auch von Eckart von Hirschhausen praktiziert wird, entfaltete auch auf

Auch die News als Medienpartner waren wieder vor Ort in der Filharmonie.



der Kick-Bühne ihre ganz besondere Wirkung, die die Teilnehmer in ihren Bann zog. „Die Rolle des Zufalls unterschätzen wir. Gerade Zufälle sind notwendige Bedingungen für Fortschritt und Innovation“, sagte Ebert gleich am Anfang seines Vortrags und belegte das anhand vieler anschaulicher Beispiele: „Porzellan wurde erfunden, als Johann Böttger Gold herstellen wollte. Und Viagra wurde entdeckt, weil männliche Versuchspersonen ein Herzmedikament in der Testphase partout nicht mehr absetzen wollten. Oder Steve Jobs hätte wohl nie Apple gegründet, hätte er in jungen Jahren nicht einen Kalligraphie-Kurs besucht.“ In komplexen Systemen gebe es eben eine Menge Dinge, die per se nicht berechenbar und nicht beeinflussbar seien. Daher sei es unabdingbar, dem „Zufall ganz bewusst eine Chance zu geben“. „So etwas gelingt aber nur, wenn wir in Deutschland lernen, Fehler zuzulassen und Fehler nicht mit Versagen gleichsetzen“, unterstrich Ebert. Edison habe schließlich auch unzählige Versuche benötigt, bis die Glühbirne Realität wurde. ■

Partner für den Mittelstand

Gemeinsam Liquiditäts-herausforderungen meistern

Als bankenunabhängige Finanzierungsgesellschaft richtet sich Nord Leasing an mittelständische Unternehmen. Durch die Finanzierungsform Sale & Lease Back können gebrauchte werthaltige Maschinen verkauft und anschließend zurückgeleast werden.

Ihr Gewinn bei einer Sale & Lease Back-Transaktion:

Zügige Generierung von Liquidität // Schaffung von Buchgewinnen bei Aufdeckung stiller Reserven // Ununterbrochene Nutzung Ihres mobilen Anlagevermögens // Pay as you earn – die Leasingraten finanzieren sich aus erwirtschafteten Umsätzen // Verbesserung der Eigenkapital-Quote durch Herauslösen des Investitionsgutes aus Ihrer Bilanz // Leasingraten sind steuerlich voll abzugsfähig // Strukturierte Verwendung der neuen Liquidität kann zur Verbesserung der Rentabilität führen // Reine Innenfinanzierung

NordLeasing

Nord Leasing GmbH · ABC-Straße 35, 20354 Hamburg, T +49 40 33 44 155-111, www.nordleasing.com