

Dolce Vita Brands

„Gemütliche Arroganz“

Uwe U. Klimach

München, 02.09.2020

Viele von uns haben in der Corona Krise gelernt, digital und selbstbestimmt zu arbeiten. Das Konzept „New Work“ fordert das schon länger und beschreibt damit die Arbeitsweise der heutigen Gesellschaft im globalen und digitalen Zeitalter.

Viele haben aber auch eben nichts gelernt!

Damit meine ich leider zahlreiche mittelständische Unternehmen, die immer noch meinen, sie seien das Rückgrat der deutschen Wirtschaft, das Fundament für den Wohlstand und so weiter und so fort...

Eine aktuelle Studie der Bertelsmann-Stiftung stellt gerade den kleinen und mittleren Unternehmen, in denen rund 60 % (!) der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten arbeiten, kein gutes Zeugnis aus. Viel zu wenig Innovation, zu viel Tradition lautet das Urteil. Offenbar hat der Mittelstand neben den Folgen der Pandemie auch noch ein strukturelles Problem. Mit den Geschäftsmodellen und Regeln von gestern gestalten wir nicht die Welt von morgen. Es braucht eine neue Kultur. Vielleicht hat die Corona Krise auch eine Chance, die bisherige „gemütliche Arroganz“ die in vielen Unternehmen herrscht, zu überwinden.

Wir brauchen ein viel höheres Maß an Kreativität und Experimentierfreude und Risikobereitschaft.

Es braucht viel mehr Menschen mit Charisma!

Überhaupt ist Charisma in meinen Augen die entscheidende unternehmerische Kompetenz, die in den nächsten Jahren gefragt ist. Ich kann daher nur empfehlen, einen Großteil der Führungsebene in den Unternehmen auszutauschen, sofern Sie zukunftsfähig bleiben wollen. Oder noch besser: Verantwortungsvolle Führungskräfte erklären sich bereit, bewusst in die zweite Reihe zu treten. Sie verstehen die neue Welt, erkennen aber, dass sie dafür momentan nicht die beste Besetzung sind und stellen jemand nach vorne, der das besser macht.

Nur wenn wir durch das Charisma anderer ins Feuer geraten, wenn wir für etwas brennen, dann wachsen wir über uns hinaus, dann verlassen wir unsere Komfortzone. Leider denken selbst heute wenige Unternehmer-Typen so, daher brennt es auch im Handel – nur nicht vor Leidenschaft, sondern lichterloh.

Die Innenstadt mit ihren Geschäften, so wie wir sie kennen, ist langfristig gesehen leider nicht zukunftsfähig. Läden, in denen die Menschen etwas anschauen, ausprobieren, kaufen und dann mit nach Hause nehmen, wird es künftig immer weniger geben. Alles verändert sich drastisch.

Warum sollte der Einzelhandel auch so bleiben, wie er in den letzten 60 Jahren war?

Was im Moment produziert wird und in den Läden hängt und steht, ist so unfassbar eintönig und austauschbar. Geschäfte und Sortimente sehen wahnsinnig schlecht und fantasielos aus und die Gespräche, die man mit dem Verkaufspersonal hat (sofern überhaupt welches vorhanden ist), sind leider oft alles andere als originell. So wird das bestimmt nichts mit der Zukunft Handel und den innovativen Innenstädten.

Es braucht jetzt (!) individuelle Konzepte mit starkem Profil oder eine besonders originelle Auswahl. Am besten Sie machen sich selbst zu DER Marke, die vor allem eines nicht ist: Langweilig!

Kreative Lösungen sind jetzt gefragt. Improvisation und die „Magic Moments“ sind Zauberworte. Jetzt ist die Chance da, auch optisch Profil zu zeigen. Die Menschen sehnen sich nach individuellen Konzepten, die jenseits des „Mainstreams“ Spuren für außergewöhnliche Geschichten hinterlassen.

Zusammengefasst also für Sie und Ihre Unternehmer-Geschichte jetzt wichtig zu hinterfragen:

Wie kommunizieren Sie heute? Was ist Ihre Story?
Warum sind Sie so einzigartig und besonders?
Warum muss man bei Ihnen einkaufen?
Wie machen Sie Ihre Kunden zu Ihren Fans?
Was macht Sie und Ihr Unternehmen so einzigartig?
Warum haben Sie die besten und originellsten Mitarbeiter?

Nur Mut - gerne unterstütze ich Sie dabei!

Ihr

Uwe U. Klimach
www.dolcevitabrands.de

„Menschen mit einer neuen Idee gelten so lange als Spinner, bis sich die Sache durchgesetzt hat.“

Mark Twain