

Richtig entscheiden, ohne lange nachzudenken

Mit seinem Bestseller „Schnelles Denken, langsames Denken“ liefert der Nobelpreisträger Daniel Kahneman eine Steilvorlage für das Siegel „Wirtschaftsmagnet – Das Siegel der stärksten Unternehmen“. Denn ein Siegel kürzt gedankliche Entscheidungsprozesse radikal ab und zieht Kunden und Bewerber nahezu magisch an.

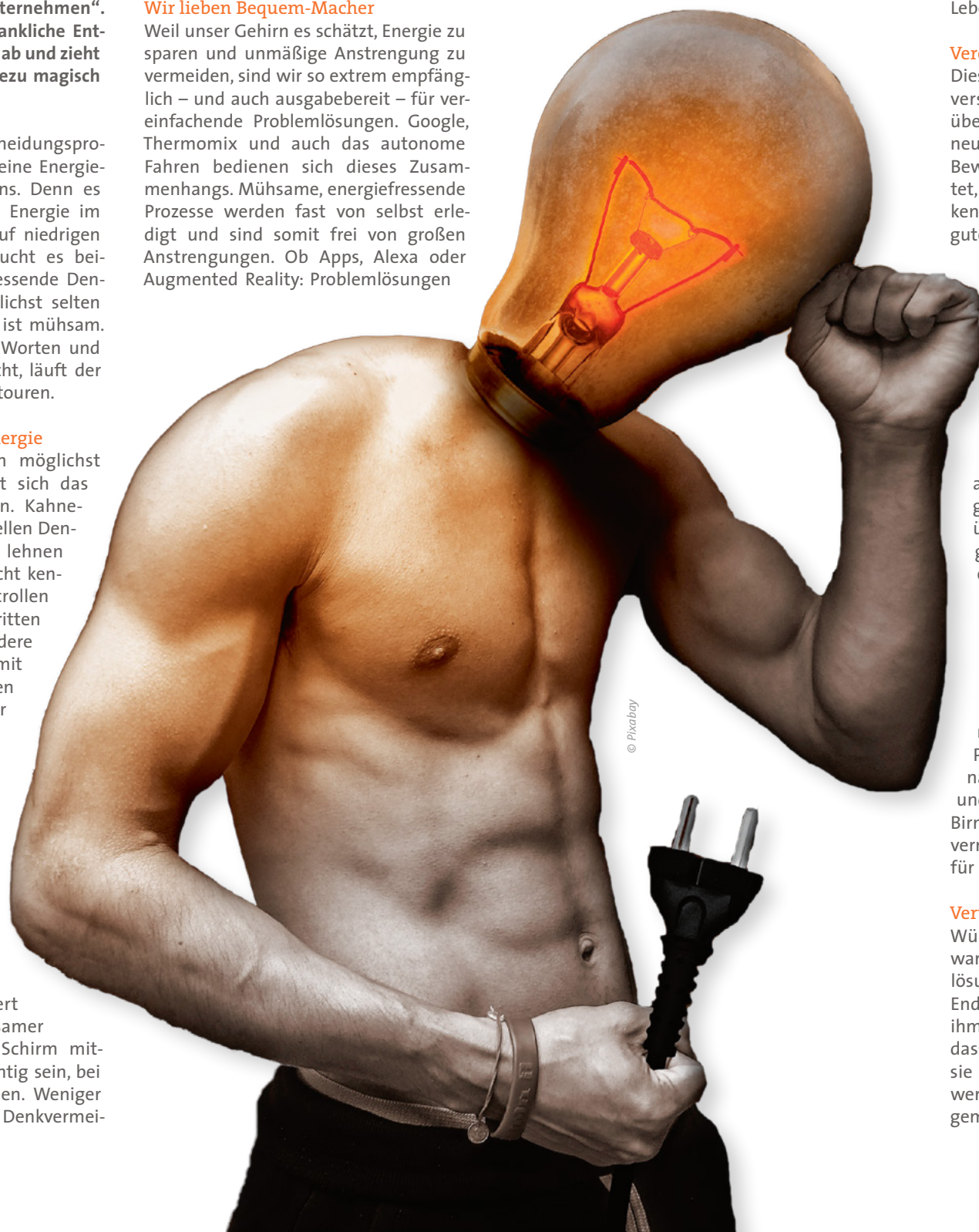
Die Abkürzung des Entscheidungsprozesses ist gewissermaßen eine Energie-sparmaßnahme des Gehirns. Denn es steuert die Verteilung der Energie im Körper und achtet stark auf niedrigen Energieverbrauch. So versucht es beispielsweise, das kalorienfressende Denken und Entscheiden möglichst selten einzusetzen. Denn Denken ist mühsam. Wird das Denken dann in Worten und Gesten nach außen gebracht, läuft der Energieverbrauch auf Hochtouren.

Schnelles Denken spart Energie

Um den Energieverbrauch möglichst niedrig zu halten, bedient sich das Gehirn vieler Abkürzungen. Kahneman spricht hier vom schnellen Denken: Wir schubladisieren, lehnen etwas ab, weil er wir es nicht kennen, überfliegen Texte, scrollen die E-Mails in großen Schritten nach unten und einiges andere mehr, damit wir uns nur mit dem vermeintlich Wichtigen beschäftigen. Viele dieser Abkürzungen sind extrem hilfreich und machen das Leben leichter, doch manche führen uns in die Irre. Diese Irrgänge nehmen wir selten wahr, und wenn wir sie bemerken, rücken wir sie so zurecht, dass sie in unser Bild passen. Zu den hilfreichen Abkürzungen zählen Gewohnheiten, die automatisiert ablaufen. Bei Nebel langsamer fahren, bei Regen einen Schirm mitnehmen, bei Neuem vorsichtig sein, bei Grün über die Straße gehen. Weniger hilfreiche Abkürzungen zur Denkvermeidung sind Vorurteile und Schwarz-Weiß-Denken. Auch ein körperlicher statt verbaler Schlagabtausch zählt hierzu. Das Denken wird dabei fast völlig vermieden.

Wir lieben Bequem-Macher

Weil unser Gehirn es schätzt, Energie zu sparen und unmäßige Anstrengung zu vermeiden, sind wir so extrem empfänglich – und auch ausgabebereit – für vereinfachende Problemlösungen. Google, Thermomix und auch das autonome Fahren bedienen sich dieses Zusammenhangs. Mühsame, energiefressende Prozesse werden fast von selbst erledigt und sind somit frei von großen Anstrengungen. Ob Apps, Alexa oder Augmented Reality: Problemlösungen



in Richtung „Anstrengungen vermeiden“ wirken anziehend und machen uns das Leben einfacher.

Vereinfachen statt komplizieren

Diese Erkenntnisse lassen sich auch auf verschiedene Unternehmensprozesse übertragen. Häufig werden wichtige neue Kunden oder die heiß begehrten Bewerber mit Informationen überschüttet, die intensive Prozesse des Nachdenkens und Entscheidens erfordern – in der guten Absicht, vollumfänglich aufzuklären und zu informieren. Dabei stellt sich die Frage, ob weniger nicht auch hier manches Mal mehr wäre. Ob Sie Ihren Kunden oder Bewerbern das Denken und die Entscheidung für Ihr Unternehmen nicht deutlich einfacher und leichter machen könnten.

Oftmals neigen Verkäufer dazu, den Kunden durch ein Übermaß an Fachinformationen zu erschlagen und zu überreden, ohne ihn zu überzeugen. Sie verteilen Prospekte, gespickt mit Sachargumenten, statt einfach nur zu sagen, was mit dieser Problemlösung für den Kunden möglich wird, und warum viele andere Kunden damit schon so gut fahren.

Wenn der Kunde nicht hundertprozentig überzeugt ist, beginnt er den nächsten energieverbrauchenden Prozessschritt: er sucht nach Alternativen, besucht Bewertungsportale und vergleicht dabei häufig Äpfel mit Birnen. Entscheidet er sich dann für ein vermeintlich günstigeres Produkt, ist er für Sie als Kunde im Moment verloren.

Vertrauen ist der Schlüssel zu allem

Würden Sie diesen Kunden fragen, warum er sich nicht für Ihre Problemlösung entschieden hat, landen Sie am Ende genau am Punkt: Tatsächlich hat es ihm nur an Vertrauen gefehlt. Vertrauen, dass Ihre Problemlösung auch hält, was sie verspricht, und damit ihren Preis wert ist. Das Thema Vertrauen ist der gemeinsame Nenner aller Ihrer zufriedenen Kunden, die das sofort bestätigen würden. Und es ist genauso die Kehrseite der Medaille: das fehlende Vertrauen, das Ihre Nichtkunden bewegt hat, sich anderweitig zu entscheiden.

Schnelles Denken in Perfektion

Vertrauen ist die Grundlage von Beziehungen, Loyalität und Gewohnheiten. Alle erfolgreichen Marken fußen auf Vertrauen. Porsche bringt dies mit der Kampagne für den neuen Cayenne wunderbar auf den Punkt: „Dreamsharing“. Da gibt es keine großen Sachinformationen, sondern nur das Versprechen. Porsche zeigt, wie man schnelles Denken fördern kann.

Und jetzt wird's spannend: Wie verkürzen Sie nicht nur den Prozess des Vertrauensaufbaus, sondern heben sich auch noch signifikant von Ihrem Wettbewerb ab? – Mit einem Siegel!

Mit dem Siegel „Wirtschaftsmagnet – Das Siegel der stärksten Unternehmen“ verfügen Unternehmen somit über ein Instrument allererster Güte. Ohne viele Worte wissen der Kunde und der Bewerber, dass sie es hier mit einem ganz besonderen Unternehmen zu tun haben. – Schnelles Denken in Perfektion.

Der Quick-Check

„Erfüllen wir überhaupt die Anforderungen, um das Siegel zu erhalten?“, fragen sich viele Unternehmen im Vorfeld. Um diese Frage abschätzen zu können, gibt es den Wirtschaftsmagnet-Quick-Check unter <http://wirtschaftsmagnet.de/der-quick-check>. Wer bei diesem Schnelltest mindestens 9 von 14 Fragen mit „Ja“ beantworten kann, bringt mit hoher Wahrscheinlichkeit die nötigen Voraussetzungen für eine Auszeichnung mit dem Siegel „Wirtschaftsmagnet“ mit.

Qualifizierungsprozess nun auch digital

Neben der persönlichen Qualifizierung gibt es für das Siegel 2018 auch einen digitalen Qualifizierungsprozess. Am Schwierigkeitsgrad, das Siegel zu erreichen, ändert sich nichts, denn in beiden



Über den Autor

Christian Kalkbrenner, Dipl. Kfm. (univ.), entwirft und begleitet seit Jahren skalierende Geschäftsmodelle für seine Kunden, um deren Umsätze und Gewinne zu vervielfachen. Das Siegel „Wirtschaftsmagnet“, das er ins Leben gerufen hat, steht für ganzheitliche, erfolgreiche Unternehmensführung.

Fällen ist ein Wert von 60 Prozent der Punkte notwendig. Die digitale Variante ist für Unternehmen gedacht, die keinen aufwendigen Qualifizierungsprozess durchlaufen wollen und für die mehr das Siegel im Vordergrund steht als das Benchmarking und die Performance-Optimierung. Wie es bei Digitalisierungen meistens der Fall ist, sind Zeit- und Kostenaufwand deutlich geringer als bei der persönlichen Variante.

Unter www.wirtschaftsmagnet.de können Sie sich umfassend über das Siegel informieren und sich auch direkt dafür bewerben. ■

Kontakt:

Wirtschaftsmagnet GmbH
Christian Kalkbrenner
Gstäudweg 72
88131 Lindau
Tel. +49 83 82 - 409 301
E-Mail: mail@wirtschaftsmagnet.de
www.wirtschaftsmagnet.de