

Wer kennt eigentlich sein „Warum“?



Foto: privat

„Wer klarer im eigenen ‚Warum‘ arbeitet und lebt, ist zufriedener und wesentlich zielgerichteter.“

Rupert Fey, beyond-flora

In unserem „Platzhirsch-Kurs“, der Unternehmern zu einer guten Position im Markt verhilft, ist die Frage nach dem persönlichen „Warum“ in der ersten Lektion ein wichtiger Erfolgsbaustein. Und auch in diesem Jahr kann das im Grunde keiner ad hoc beantworten.

Warum haben wir denn wirklich unser Unternehmen? Was ist unser Antrieb? Welche Motivation steckt dahinter? Die Methodik kommt von Simon Sinek (dazu kann man sich das Ted Video bei YouTube anschauen). Es geht um den Sinn, die Vision und den Glauben. Während das „Was“ und „Wie“ wir etwas tun, jeder beantworten kann, wird es bei dem „Warum“ ruhig im Videotermin.

„Warum reitest du darauf herum?“, wurde ich im Nachgang gefragt. Ich konnte es direkt beantworten. Weil es viel Energie freisetzt und zusätzlich wie eine Leitplanke den Weg vorgibt. Wer klarer im eigenen „Warum“ arbeitet und lebt, ist zufriedener und wesentlich zielgerichteter.

Wie findet sich jetzt das eigene „Warum“? Es ist allein nicht ganz einfach, aber möglich: Das „Warum“ speist sich aus den Themen, für die man selbst brennt. Das kann „Eventdeko“, „Gartengestaltung“, „Blumenfotografie“ ... sein. Natürlich ist die Kunst, hier die wirklichen Themen zu finden. Meist die, wo man eine besondere Befriedigung findet oder/und so im „Flow“ ist, dass man Raum und Zeit vergisst.

Das „Was“ ist, wie gesagt, häufig einfacher. Es umfasst die Produkte (Sträucher, Topfpflanzen, dekorierte Geschenke und so weiter) oder die Dienstleistungen (Eventdeko, Gartengestaltung, Workshops anbieten ...) Und auch das „Wie“ ist meist relativ gut zu fassen. Hier geht es beispielsweise um diese Punkte: mit meinem Team, für den Großraum Hamburg, mit drei Meistern und 100 Jahren Erfahrung, direkt aus unserem Gewächshaus ...

Wer das dann kombiniert mit dem „Was“ und „Wie“ und einen guten Satz bilden kann, hat es schon geschafft. Übrigens ist trotz gleicher Branche bisher jedes „Warum“ unterschiedlich gewesen. Und es gibt nicht wenige, in denen Blumen und Pflanzen überhaupt nicht vorkommen! Oft ist es eine große Erleichterung, wenn das erste Mal ausgesprochen wird, dass die Branche „nur Mittel zum Zweck ist“. Es gibt sowohl die künstlerische Ader, die sich in unserer Branche auslebt, aber auch eine kaufmännische, teamorientierte Ausrichtung. Und alle Ausrichtungen beziehungsweise Schwerpunkte können überaus erfolgreich im Markt sein. Was jedoch auf Dauer keinen Erfolg hat, ist permanent das eigene „Warum“ zu ignorieren. Und dafür sollte man es zunächst formulieren und kennen.

Ihre **Meinung** ist gefragt!

Mit welchem Schwerpunkt sind Sie erfolgreich im Markt? Was ist Ihr Antrieb, ihre Motivation? Wir freuen uns über Ihre Meinung:

✉ andrea.eggerts@haymarket.de

🌐 gundv.de

📘 facebook.com/gestaltenundverkaufen