

Mehrleistung – Über Begeisterung zu mehr Markterfolg

Erbringen Sie konstant mehr Nutzen, als nur denjenigen, für den Sie bezahlt werden und Sie werden bald besser bezahlt werden als nur für den Nutzen, den Sie erbringen. – Napoleon Hill

1 Weshalb soll ich Mehrleistung erbringen?

Wer sich den Ruf verschafft, deutlich mehr zu leisten und bessere Qualität zu erbringen, als wofür er eigentlich bezahlt wird, wird längerfristig erfolgreicher sein. Der Mehrwert einer Person mit dieser Denkhaltung steigt automatisch gegenüber einer solchen, welche einfach Dienst nach Vorschrift leistet. Durch «Dienst-nach-Vorschrift» lassen sich kaum ausserordentliche Leistungen erbringen. Wer mehr tut als erwartet, zieht automatisch die Aufmerksamkeit seines Umfeldes auf sich. In einer Welt, in der viele Menschen permanent versuchen, etwas ohne Gegenleistung oder unter Wert zu erhalten, können sich also jene abheben, welche gegen den Strom schwimmen.

2 Wer soll Mehrleistung erbringen?

Erzähl nicht, was du kannst. Tu es einfach! Jeder kann Extraleistungen erbringen. Man benötigt dazu auch keine Erlaubnis. Jeder hat es selbst in der Hand, von den genannten positiven Konsequenzen zu profitieren. Idealerweise gelingt Mehrleistung in Kombination mit Leidenschaft und Begeisterung. Die intrinsische Motivation sorgt dafür, dass Arbeit, die man gern tut, im Normalfall umfangreicher und von höherer Qualität ausfällt, als jene, welche nur des Geldes wegen erbracht wird.

Jene Personen, welche es sich zum Ziel machen, nicht nur für den Kunden oder für seine Kollegen, sondern auch für sich selbst Mehrleistung zu erbringen, profitieren doppelt. Ich meine damit Aktivitäten, welche mit der persönlichen Weiterentwicklung und dem Willen, Neues zu erlernen, zusammenhängen. Dazu zählen Weiterbildungen, Seminare oder ein Selbststudium. Auch die Übernahme von innerbetrieblichen Aufgaben, welche man bis dato noch nie ausgeführt hat, gehören dazu.

Ein Naturgesetz besagt, dass Kampf und Widerstand zu Stärke führt. Sehr schön lässt sich dies an einem alleinstehenden Baum in den Bergen aufzeigen, welcher Wind und Wetter, Sonne und Schnee trotzt und dabei uralt wird. Wer Leistungen über die persönlichen Grenzen hinaus erbringt, wird besser, und dehnt seine Fähigkeiten und sein Leistungsvermögen aus. Wer diese zusätzliche Arbeit auf sich nimmt, steigert automatisch seinen Marktwert.

3 Was bedeutet Mehrleistung für die Unternehmen?

Vielleicht mag es in einem ersten Schritt etwas absurd klingen, dass man nicht nur als Individuum sondern auch als Unternehmen unbezahlte Mehrleistung erbringen soll, geht sie doch scheinbar zu Lasten des Jahresergebnisses. Hier ist das feine Gespür eines Unternehmers gefragt, welcher diese Fähigkeit gezielt einzusetzen weiss.

Unternehmen, welche qualitativ und quantitativ, fachlich und menschlich, kein bisschen mehr leisten, als das in Zahlen Honorierte, gibt es leider wie Sand am Meer. Unglaublich, welche Möglichkeiten sich dadurch für Betriebe ergeben, welche die Wirkung von Mehrleistungen erkennen. Man verstehe mich nicht falsch. Ich meine mit Mehrleistung nicht ein grosszügiges, unbedachtes Ver-

schenken von Produkten und Dienstleistungen. Ich spreche von gezielten, von Kunden unerwarteten Extraleistungen, welche für entsprechende Begeisterung sorgen. Sie können sich selbstverständlich auf die Produkte beziehen. Sie können aber genauso im Bereich der Kundenbetreuung oder des Aftersales erbracht werden.

Ich erinnere mich an ein Beispiel aus dem Privatbereich. Voller Begeisterung liessen mich meine Eltern wissen, dass sie nach einem Umbau nun den «ultimativen Gipser» gefunden hätten. Nun, die erbrachte Arbeit entsprach zweifelsohne einem hohen Standard, der aber auch von weiteren Betrieben in gleicher Qualität hätte erbracht werden können. Für Begeisterung sorgte aber die scheinbar kleine Nebensache, dass der Bauplatz jeden Abend perfekt aufgeräumt und bestmöglich gereinigt verlassen wurde.

4 Wie beeinflusst Mehrleistung meinen Erfolg?

Floskeln wie bessere Qualität, höhere Zuverlässigkeit oder scheinbar bessere Produkte haben als Positionierungsmerkmale ausgedient. Wer auf bedingungslose Kundenorientierung, erfolgsorientierte Vermarktung und die Entwicklung zum Spitzenunternehmen aus ist, wird nicht darum herum kommen, mehr zu leisten, als das, was von ihm erwartet wird. Unerwartete Mehrleistung führt zu unbezahlbarer Mund-zu-Mund-Propaganda, mitunter immer noch das stärkste Marketinginstrument überhaupt. So können Extraleistungen in der heutigen Zeit als klares Alleinstellungsmerkmal genutzt werden.

Eine Unternehmenskultur, welche unerwartete Mehrleistungen gezielt einsetzt, wird sich schnell herumsprechen und entsprechende Markterfolge nach sich ziehen.

Wer erfolgreich ist, kann bessere Löhne bezahlen, zieht tendenziell besser ausgebildetes Personal an, kann somit bessere Arbeit erbringen und wird dadurch noch erfolgreicher – Eine positive Aufwärtsspirale.

Beim Mitarbeiter bedeutet Mehrleistung persönliche Entwicklung und damit eine Steigerung des Marktwertes. Beim Unternehmen bedeuten zusätzliche Anstrengungen schliesslich eine Stärkung des Rufes und dadurch mehr Markterfolg.

5 Wie kann ich Sie unterstützen?

Mehrleistung ist eine Frage der Unternehmenskultur. In der Zusammenarbeit mit KMU erarbeiten wir jeweils solche betriebsspezifischen Mehrleistungen. Während die Geschäftsleitungen sofort ihren Fokus auf die Potenziale im Bereich der Produkte und Dienstleistungen lenken, wende ich mich möglichen, vom Kunden unerwarteten Nischen zu.

So haben wir beispielsweise beim einen Betrieb die Abrechnungsmethodik von klassisch Stunden mal Stundensatz plus Material auf interessante pauschale Paketpreise umgestellt. Beim andern kam, ein Jahr nach Abschluss der Installation jeweils ein nicht angekündigter, natürlich kostenloser Kontrollbesuch mit einem zusätzlichen Dankeschön in Form eines Geschenkes an den Auftraggeber hinzu. Bei beiden Beispielen liess die positive Resonanz nicht lange auf sich warten.

Als Executive Partner unterstütze ich Inhaber, Verwaltungsräte und Geschäftsführer und deren Unternehmen in strategischen, operativen und organisatorischen Belangen. Themen rund um die Ausrichtung auf künftige Marktanforderungen, Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und Sicherung des Unternehmenswertes stehen dabei im Zentrum.

Ich ergänze die fehlenden zeitlichen oder fachlichen Ressourcen, um Ihre Herausforderungen ganzheitlich und professionell zu lösen. Umsetzungsfokus mit klarer Vorgehensweise und hoher Wirksamkeit stehen dabei an vorderster Stelle.

Für weitere Infos, Kundenmeinungen oder zusätzliche Fachartikel besuchen Sie doch meine Homepage: www.vongunten-partner.ch.

Für ein Erstgespräch, verbunden mit einer Beurteilung der Situation und einem persönlichen Vorschlag bezüglich weiterem Vorgehen stehe ich Ihnen gerne kostenlos zur Verfügung.

von Gunten Executive Partner AG
Pascal von Gunten
Böhlstrasse 17
9300 Wittenbach

www.vongunten-partner.ch
info@vongunten-partner.ch
+41 79 755 28 54