

Back to the roots

Das Ende der Krise wird gleichzeitig der Beginn eines umfassenden Wertewandels in der Wirtschaft sein. Was bedeutet das für mittelständische Unternehmen? Welche sind die zentralen Werte?

23

Prozent der befragten Unternehmen sehen, dass Werte als Differenzierungsmerkmal ein Teil ihrer Überlebensstrategie im Markt sein werden.

Quelle: Wertekommission

Im Zuge der Pandemie hat sich unser Leben massiv verändert. Dies betrifft nicht nur unser Kaufverhalten und die Art und Weise, wie wir miteinander interagieren. Die Coronakrise hat einen Wertewandel angestoßen, der sich in den nächsten Monaten immer stärker bemerkbar machen wird. Ein Wertewandel, der auf allen Ebenen stattfinden wird – und damit dem Mittelstand eine große Chance eröffnet.

Unternehmerinnen und Unternehmer werden nicht darum herum kommen zu prüfen, inwiefern ihre Werte noch mit denen ihrer Kunden übereinstimmen. B2B und B2C werden weiter verschmelzen – unter anderem, weil die Kundinnen und Kunden zukünftig die Art von Service erwarten werden, die sie während der Krise im B2C erlebt haben. Dazu gehören vor allem Nutzerfreundlichkeit, Einfachheit, Schnelligkeit und Verlässlichkeit.

Basis der mittelständischen Innovationskraft

Fairness, Vertrauen, langfristiges Denken, Verlässlichkeit und Leistungsbereitschaft sind die zentralen Werte, die den deutschen Mittelstand ausmachen. Und auf diese Werte müssen sich Unternehmerinnen und Unternehmer jetzt berufen. Sie sind die Basis für Innovationskraft, die mit Blick auf die Zukunft wichtiger denn je ist. Es reicht nicht mehr, sich nur auf Hochwertigkeit oder Exklusivität festzulegen. Kunden werden in Zukunft noch genauer prüfen, wem sie ihr Vertrauen schenken. Vertrauen ist das kostbarste Gut. Die Krise hat deutlich gemacht, dass Kundinnen und Kunden mehr denn je darauf achten, ob ein Unternehmen wirklich im Einklang mit seinen Werten agiert oder ob es sich dabei nur um Schlagworte auf Papier handelt. Sie werden nur noch kaufen, wenn sie sich ganzheitlich abgeholt und rundum verstanden fühlen. Es wird zukünftig kaufentscheidend sein, ob ein Unternehmen im Einklang mit sozialen Werten wie Fairness, Umweltschutz und Diversity steht oder nicht.

Rückbesinnung aufs Wesentliche

Unternehmerinnen und Unternehmer haben jetzt die Chance, offen und neugierig an diese Themen heranzugehen – und sich durch

Schnelligkeit einen Wettbewerbsvorteil zu erarbeiten. Es ist wichtig, mit offenen Augen und Ohren auf die Zielgruppe zuzugehen und neue Produkte und Dienstleistungen zu kreieren, die ihre Werte widerspiegeln. Und dabei kommt es vor allem darauf an, sich wieder auf das Wesentliche zu besinnen. Auf das Einfache, Ehrliche und Menschliche. Damit gerade in einer zunehmend digitalen Welt ein Handschlag nach wie vor Verbindlichkeit und Vertrauen bedeutet. Auch dann, wenn er virtuell und damit symbolisch stattfindet. Starke Unternehmenswerte sind unser Kapital für eine erfolgreiche Zukunft.



Gut zu wissen

Das Institut für Mittelstandsforschung Bonn hat in seiner Studie „Der gesellschaftliche Beitrag des Mittelstands: Konzeptionelle Überlegungen“ Funktionen des Mittelstands in der Krise ausgearbeitet:

- Wirtschaftliche Stabilisierung
- Gesellschaftlicher Zusammenhalt

http://bvmw.info/ifm_gesellschaftlicher_beitrag_mittelstand

Martin Limbeck

Gründer und Inhaber der Limbeck®

Group GmbH & Co. KG

Mitglied im Bundeswirtschaftssenat des BVMW

www.limbeckgroup.com

