



Diego Bernardini

Der Dienst am Kunden:

Inhalte, Inhalte, Inhalte.

Ob ich ein Suchmaschinen-Fetischist bin, wie mir vor dreizehn Jahren – 2002! – von einem Geschäftsfreund vorgeworfen wurde, bezweifle ich. Aber dass Suchmaschinen mich faszinieren, ist kein Geheimnis.

1995 installierte ich mir ab CD einen Browser auf meinen Computer, und Sekunden später surfte ich mit dem Netscape Navigator durch das noch junge Internet. Noch am gleichen Tag fragte ich mich, wie Unternehmen wohl zukünftig im Internet gefunden würden. Jedenfalls stöberte ich in Lycos und Yahoo rum, rief etliche Webseiten auf und war hochgradig von der Funktionsweise der damaligen Suchmaschinen fasziniert. Das Internet hatte es mir angetan.

Heutzutage ist Suchmaschinenoptimierung zur Religion der Website-Szene hochstilisiert: Keiner, der nicht Profi genug ist, um nicht jede noch so banale Website – mit Garantie! – auf die erste Seite der Suchergebnisseiten zu bringen. Wer das glaubt, soll selig werden (oder zumindest teures Lehrgeld bezahlen).

Menschen sind nicht so dumm, wie manch Marketingstrategie oder Website-Betreiber zu wissen glaubt. Inhaltslose Websites werden auch mit selbsternannten, überbezahlten SEO-Propheten, entsetzlichen Keyword-Dichten oder mit Fachwörtern durchtränkten Texten nicht goutiert und langfristig nicht (mehr) gefunden. Gute Chancen auf Erfolg haben Websites, die auf einem soliden Konzept beruhen, glaubwürdige Texte haben, eine Botschaft vermitteln und konform programmiert sind. Wenn Websites dann durch sinnvolle Dienste und weiterführende Informationen ergänzt werden, beeinflusst das langfristig die Auffindbarkeit im Netz – im positiven Sinne.

So gesehen, habe ich die Antwort auf die vor zwanzig Jahren gestellte Frage – wie Websites gefunden werden – immer vor Augen gehabt: Im Titel steht sie geschrieben. ;) ■



Susanne Kuntner

sk consulting
Unternehmensberatung
im Personalmanagement
www.sk-consultants.ch
www.baustellenprofi.ch
www.meinjob.ch

Führen Sie radikal!

«Nur vom Nutzen wird die Welt regiert.» Friedrich Schiller

Liebe Führungspersönlichkeiten im Schweizer Bauwesen

Mitarbeitende zu permanenten Höchstleistungen zu führen, so dass man als Unternehmer oder CEO von der Arbeit entlastet wird und gleichzeitig den grösstmöglichen Gewinn erzielt, ist eine komplexe Herausforderung, die viel Konsequenz, Unbeirrbarkeit und Durchsetzungsvermögen erfordert. Die folgenden fünf Leitlinien helfen Ihnen, mehr aus Ihren Untergebenen herauszuholen:

Gehen Sie auf Distanz

Ihre Ausstrahlung als Chef lebt von Ihrer Unnahbarkeit. Achten Sie darauf, dass man Ihnen so selten wie möglich begegnet, und wenn, dann mit Herzklopfen und Schwindel. Die Teilnahme an geselligen Firmenanlässen und das persönliche Gespräch mit Mitarbeitenden schaden Ihrer Reputation.

Führen Sie radikal!

Führung besteht vor allem aus rhetorischer Schlagkraft. Reden Sie grundsätzlich wenig und eignen Sie sich ein Repertoire an kernigen Sprüchen an. Dabei dürfen Sie ruhig hin und wieder irritieren und Verunsicherung auslösen. Wie sagt man so schön: Ein deutliches Wort ersetzt den Peitschenhieb!

Betonen Sie Mängel und Schwächen

Ermutigung sowie Fokussierung auf Möglichkeiten, Stärken und Potenziale sind nutzlos. Im Bauwesen steht nicht die Entwicklung, sondern das Vermeiden von Fehlern im Zentrum. Zeigen Sie Ihren Mitarbeitenden immer wieder auf, wie ungenügend sie sind, damit sie stets auf dem Boden bleiben.

Nutzen Sie Ihre Machtposition

Sie haben sich Ihre Chefposition hart erarbeitet und sollten diese nachhaltig verteidigen. Gefährlich sind dabei leitende Mitarbeitende, die sich viel Erfahrung und Fachkompetenz angeeignet haben. Beobachten Sie deshalb sehr genau, wer die Leistungsträger Ihres Unternehmens sind, und ersetzen Sie diese regelmässig durch ambitionierte Neulinge, die Ihnen dankbar und ergeben sind.

Setzen Sie auf Angst als Motivationsquelle

Sie wissen ja: Bringt man seinem Team Vertrauen entgegen, wird dieses oft schamlos ausgenutzt und missbraucht. In einem Klima des latenten Misstrauens und der Angst vor Konsequenzen arbeiten die meisten Menschen zielstrebig. Eine permanente Anspannung fördert den Konkurrenzdruck und die Loyalität gegenüber der Chefetage. Besonders effektiv sind subtile Andeutungen von Rückstufung und möglicher Entlassung.

Liebe Leserinnen und Leser, ich hoffe, Sie haben meinen Zynismus entlarvt. Ich habe einen Führungsstil beschrieben, der zum Glück nur noch vereinzelt gelebt wird: ohne Einfühlungsvermögen, ohne Achtung, ohne Wertschätzung. In den letzten Tagen vor Weihnachten habe ich hautnah einen Fall erlebt, in dem Führungsverantwortliche auf solche Prinzipien setzen. Die Folgen sind verheerend: Langjährige Mitarbeitende verlassen enttäuscht das Unternehmen, Kunden wenden sich verärgert ab, und das sorgfältig aufgebaute Renommee nimmt schweren Schaden.

Mein Rat ist einfach: Nehmen wir die obigen fünf Führungstipps ernst und machen wir genau das Gegenteil. Führen wir mit unserem Herzen! ■