

Konformität kostet

Als soziale Wesen und verunsichert durch die zuweilen hysterisch eingeforderte politische Korrektheit verhalten sich die allermeisten von uns konform. Wir sind überzeugt, dass ein gesellschaftliches und berufliches Zusammenleben ohne Konformität schlicht unmöglich ist. Also passen wir uns an. Wir passen uns selbst dann an, wenn wir innerlich spüren, dass unser Verhalten eigentlich im Widerspruch zu unseren Überzeugung ist. Gerne bilden wir uns ein, dass unser angepasstes Verhalten im Interesse einer höheren Sache ist. Wir wollen jemandem gefallen, vielleicht dem Chef oder dem lieben Gott (zuweilen identisch). Auf jeden Fall gehen wir davon aus, dass wir für unsere Konformität mindestens Anerkennung und Lob verdienen.

Falsch und für Unternehmen riskant, sagt Francesca Gino. Die Italienerin forscht seit 2001 in den USA und ist heute als Professorin an der Harvard Business School tätig. Sie plädiert für eine „Konstruktive Nonkonformität“ und warnt vor der weit verbreiteten Zufriedenheit mit dem Status quo. „Nonkonformität fördert die Innovation, steigert die

Performance und erhöht den Status einer Person stärker als Konformität“, konstatierte sie in einem viel beachteten Fachbeitrag, der 2016 in der *Harvard Business Review* veröffentlicht wurde. Aus Francesca Ginos Forschungstätigkeit geht hervor, dass es sich lohnt, gegen den Strom zu schwimmen. Es stärkt das Selbstwertgefühl und das Engagement, was die Leistungsfähigkeit und die Kreativität ansteigen lässt. Der Verzicht auf Konformität setzt Kräfte frei. Das Festhalten an Konformität kostet.

Natürlich müssen die angebotenen Produkte oder Dienstleistungen mit gesetzlichen Normen konform sein. Doch ein Zuviel an Konformität wird schnell zu einem Faktor, der das Personal belastet und die Erfolgsaussichten von Unternehmen oder anderen Organisationen eintrübt.

In Verkauf und Marketing sind fade Konformität und fantasielose Routine tödlich. Einstige Höhenflieger wie BlackBerry oder Polaroid haben es bewiesen.




Walter Steiner

Mitglied Zentralvorstand
Swiss Marketing

walter.steiner@swissmarketing.ch