



Kaffeesatz – Ein Satz für deine Marke

wesentlich & wirksam



Egal, wo du jetzt stehst, ist es richtig

Hallo {{ contact.FIRSTNAME }},

kürzlich meinte eine Kundin beim Follow-up-Gespräch zu unserem VIP-Strategietag „Ich wäre gerne schon viel weiter.“ Sie hatte das Gefühl, ihr fehle es an Umsetzungsstärke und sie sei zu langsam.

Ich würde sagen, das ist schon fast ein Klassiker. Dieses Phänomen taucht auch gerne im Tandem auf mit „Es kommt einfach immer was dazwischen.“ oder „Es ist immer zu wenig Zeit für meine eigenen Projekte und Ideen.“

Spannend finde ich die Vermutung, dass es alleinig an einem selbst liegt. Dass da irgendein Defizit vorhanden sein muss, und wenn man sich einfach nur ein bisschen mehr anstrengen würde, wäre man schon längst da, wo man es sich wünscht. Paradoxerweise führt das meist in blinden Aktionismus, der das Gefühl nochmal verstärkt.

Für solche Situationen habe ich eine Empfehlung und drei Reflexionsfragen.

Du bist ein Mensch, der sein Bestes gibt

Das Wichtigste ist, erst einmal innezuhalten und dir bewusst zu werden: Du wärst zwar gerne weiter, aber du bist auch schon weiter. Feiere den Fortschritt – mag er auch noch so klein sein. Du bist ein Mensch, der grundsätzlich sein Bestes gibt. Das hat dich genau dahin gebracht, wo du jetzt stehst. Es liegt also kein Mangel vor, sondern dein jetziges Wissen, deine bisherigen Routinen, deine zeitlichen und mentalen Ressourcen haben eben diesen Fortschritt ermöglicht. Egal,

wo du jetzt stehst, ist es richtig.

Aus dieser Ruhe heraus kannst du folgende drei Fragen reflektieren:

Stimmt die Richtung noch?

Es ist gut möglich, dass dein Ziel nicht mehr passt. Weil du neue Erkenntnisse gewonnen hast. Weil es dir nicht mehr so wichtig ist wie anfangs gedacht. Weil es eigentlich gar nicht dein Ziel, sondern das anderer Menschen ist.

In diesem Fall kannst du froh sein, nicht weiter zu sein. Denn das vereinfacht die Kurskorrektur.

Ist Sand im Getriebe?

Du kannst deinen Business-Apparat noch so sehr anschieben, wenn Sand im Getriebe ist, wirst du immer ausgebremst bleiben. Jeder Fortschritt wird dann zum Kraftakt.

Dazu zwei Beispiele:

Irgendwie stockt der Umsatz. Das Verkaufen ist zäh. Du bist versucht, noch mehr auf Instagram oder LinkedIn zu posten. Oder einen Kalt-Akquise-Profi zu engagieren, weil du halt nicht so der Verkäufer-Typ bist. Meist liegt das aber nicht an den Vertriebs skills, sondern am Produkt bzw. Angebot. Gut möglich, dass es nicht den Nerv deiner Kund:innen trifft. Das führt zu weniger Empfehlungen und erschwert den Vertrieb. Bevor du also noch mehr postest oder Geld aus gibst, um vermeintliche Schwächen zu kompensieren, solltest du dein Angebot optimieren, so dass es die passenden Kund:innen anzieht. Schon läuft es geschmeidiger mit den Empfehlungen und mit dem Verkaufen.

Ein anderes Beispiel: Während du am Schreibtisch sitzt, hast du dein Mailprogramm offen, jede eintreffende Mail taucht begleitet von einem Hinweiston rechts oben auf deinem Bildschirm auf. Dein Smartphone liegt im Blickwinkel und pingt bei jeder neuen Nachricht auf dem Homescreen. Vielleicht erinnert dich deine Uhr auch noch daran, jede Stunde aufzustehen. Sprich: Du hast permanente Mikro-Unterbrechungen, während du eigentlich konzentriert arbeiten müsstest. Jedes Mal musst du neu Anlauf nehmen und den Gedanken neu fassen. Auf diese Weise ist es unmöglich, konzentriert an Themen zu arbeiten. Vieles, was fürs Business strategisch relevant ist, braucht jedoch diese Deep Work Phasen. In diesem Fall kehrst du den Sand aus dem Getriebe, indem du alle Benachrichtigungen abstellst und dich in einen Nicht-Stören-Modus begibst. Dafür gibt es sogar knuffige Apps wie „Forest“ <https://www.forestapp.cc/>

Weißt du schon oder vermutest du noch?

Ich bin immer wieder überrascht, wie oft Unternehmer:innen Gefühl mit Gewissheit verwechseln. Sie sind sich ganz sicher, dass niemand sich für das interessiert, was sie zu verkaufen haben. Oder dass sie einfach zu langsam sind, andere können das schneller. Wenn ich dann nachfrage: „Weißt du das oder vermutest du das?“ zeigt sich ganz schnell, dass es eher Glaubenssätze oder Ängste sind als echtes Wissen. In einem solchen Fall empfehle ich, mehr Informationen zu sammeln, um besser zu verstehen. Es ist immer gesünder fürs Unternehmen, Entscheidungen auf Wissen zu basieren und nicht auf gefühlte Wahrheiten.

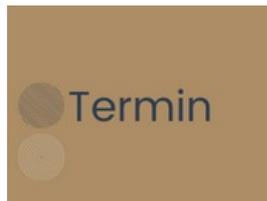
Aus den Antworten auf die drei Fragen ergeben sich natürlich weitere To-dos, die auf Umsetzung warten. Dann ist es gut, nicht zu viel auf einmal zu wollen, sondern alles Schritt für Schritt im eigenen Tempo anzugehen. Und falls du dich doch wieder verzettelst oder denkst, du seist nicht schnell genug, gehe zurück auf „Los“ und erinnere dich:

Egal, wo du jetzt stehst, ist es richtig

Kennst du auch dieses Gefühl von hinterherhinken? Wie gehst du damit um? Ich bin neugierig. Schreib' mir gern.

Espressionistische Grüße
Maren Martschenko

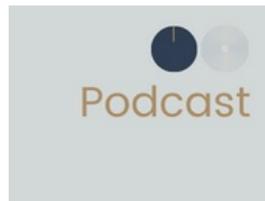
P.S. Ich habe in diesem Jahr noch zwei Slots für einen solchen VIP-Strategietag mit mir am Chiemsee, an dem wir gemeinsam reflektieren, sortieren und neu priorisieren: DO 9.11. oder MI 29.11. [Schreib' mir](#), wenn du innere Klarheit und Struktur für deine Business Themen möchtest – und zwischendurch einen Blick auf Berge und See. Oder leite diesen Newsletter weiter, wenn du jemanden kennst, für den:die das interessant sein könnte.



Workpanel

Design ist mehr und kann mehr als "schnell schön". Für mich ist Design gestaltete Unternehmensstrategie.

Das erfordert ein



Start with WHY

Digitalisierung in Marketing und Vertrieb ist der Podcast von Norbert Schuster.

Norbert ist Autor, Speaker, Berater und Trainer für die



#schneckenpower

Netzwerkbooster – DEIN Business in digitalen Zeiten ist Ute Blinderts Podcast für unternehmerisches Wachsen.

Zum Auftakt der

Umdenken bei Unternehmen und bringt Chancen für Designer:innen mit sich, die schon länger das Gefühl haben, mehr einbringen zu wollen als Ästhetik.

In meinem Workpanel auf der **Druck und Design Konferenz am 17. Oktober 2023** in München zeige ich Wege auf, wie es gehen kann.

[Mehr Infos zur Konferenz](#)

Digitalisierung in Marketing und Vertrieb und den dazugehörigen Themen.

In diesem Interview spreche ich mit ihm und Andreas Pfeifer über die Positionierung mit der „Start with why“ Methode. In dieser Folge beleuchten wir das „Why“. Und warum wir das „Why“ mit „Wozu“ und nicht „Warum“ übersetzen sollten.

[Hier geht's zur Podcastfolge](#)

dritten Staffel habe ich reflektiert, was Unternehmerin sein heute für mich bedeutet. Der Weg war definitiv nicht vorgezeichnet.

Dabei geht es natürlich auch um #schneckenpower und Marke, aber auch um Verantwortung.

[Hier geht's zur Podcastfolge](#)

Martschenko Markenberatung
Lienzinger Straße 6
83257 Gstadt am Chiemsee
hallo@marenmartschenko.de



MARTSCHENKO MARKENBERATUNG

Diese E-Mail wurde an {{ contact.EMAIL }} versandt. Du erhältst diese E-Mail, weil du meinen Newsletter "Kaffeesatz" abonniert hast.

[Abmelden](#)