

Kapitel 1 – 1. Handlungsgrundsatz

# Vertrauen Sie Ihren Spitzenleistungen



Egal, ob kleines Familienunternehmen oder globaler Konzern – Ausgangspunkt geschäftlicher Erfolge sind immer einzigartige und beweisbar überlegene Spitzenleistungen, die zu Beginn oder im Laufe der Unternehmensgeschichte erbracht wurden. Erst die Spitzenleistungen machen eine Marke glaubwürdig und schaffen Vertrauen. Dieses Vertrauen entsteht aber nicht nur, wenn Spitzenleistungen erbracht werden, sondern auch, wenn das Unternehmen stolz auf diese ist und über sie spricht.

Wenn Sie sich darauf konzentrieren, was Sie glaubhaft besser können als der Wettbewerb; wenn sie wissen, was für Ihre Kunden attraktiv ist und Sie dies mit Stolz vermitteln – dann können Sie einen Vorsprung in der Kundenwahrnehmung aufbauen.

## Kernerkenntnisse des Kapitels:

- Spitzenleistungen bilden den Nukleus dessen, was eine Marke auszeichnet. Einfach ausgedrückt: Ohne Spitzenleistungen keine Marke.
- Merken Sie sich diese einfache Formel:  
**Spitzenleistung + Vermittlung der Spitzenleistung = Marke!**  
Die Marke dient als Vehikel, um Ihre Spitzenleistungen, Erfindungen und Engagements klarer zu kommunizieren. Es ist ein Speicher, der dafür sorgt, den Abstand zum Wettbewerb zu halten.
- Marken wachsen durch Verdichtung. Das klingt paradox, ist es aber nicht. Nicht die Ausweitung, sondern das Fokussieren auf das, was man glaubhaft besser kann als andere, ist in der Markentechnik das beste Mittel, um Wachstumsfelder zu erschließen.