

Tuesday, February 27. 2007

Wie nennen wir das Kind?

Wenn ein Manager richtig daneben gegriffen hat, und es mal nicht so gut läuft, strukturiert er um. Das ist eigentlich nichts anderes, als der Firma seinen eigenen Stempel aufzudrücken und dabei Ressourcenoptimierung zu betreiben, vulgo: Leute rauskegeln. In der heutigen Gesellschaft braucht aber selbst das Negative und schlechte ein Branding. Einen Kampfnamen mit dem man das ganze gut verkaufen kann. Einen Namen der positiv klingt, ein Name der die Formulierung von Kritik erschweren soll. Jeder ist gegen Entlassungen und Firmenverkäufe. Aber wer könnte gegen Power8 sein. Power. Kraft. Oder gegen den Weg nach vorne? Oder gegen Bewegung?

Die Computerwoche hat in einem anderen Zusammenhang gerade zusammengestellt, das das Branding und die Euphemisierung von solchen Aktionen etwas ist, das man in unserer Branche eine "best practice": Der Name ist Programm. Scheint in einem Handbuch für Manager zu stehen ... und alle scheinen das selbe zu lesen. Nicht das solche Namen etwas bringen würden, es ist sozusagen nur sprachliche Vaseline.

Posted by Joerg Moellenkamp in Braindump, German at 15:16