

Kundenbegeisterung: Die vier Begeisterungstypen in Unternehmen

Kundenbegeisterung ist ja immer Eines: **ansteckend**. Aber nicht jeder Mensch kann andere begeistern. Wir schauen uns mal an, welche Begeisterungstypen es in Unternehmen gibt. Vielleicht finden Sie ja den ein oder anderen Typen davon auch bei Ihnen in der Firma (oder erkennen sich selber).

Die vier Begeisterungstypen im Überblick

In jedem Unternehmen begegnen uns unterschiedliche Persönlichkeiten – mit sehr unterschiedlicher Wirkung auf Kundenloyalität, Kundenbindung und Kundenbegeisterung. Die vier Typen lassen sich klar voneinander abgrenzen:



Die Mumie

Müde, frustriert, lethargisch – innerlich längst weg



Der Brandstifter

Negative Energie, destruktiv, sabotierend



Das Blümchen

Freundlich, bewahrend, schwaches Signal



Die Rakete

Positiv, leidenschaftlich, mitreißend

Natürlich gibt es auch Mischformen – doch die Grundtypen helfen uns, das eigene Unternehmen besser zu verstehen.

Die Mumie

Wer ist die Mumie?

Die Mumie hat mit der Firma abgeschlossen. Sie hat irgendwann mal aufgehört, sich ins Unternehmen einzubringen. **Innere Emigration.**

Ihre Eigenschaften

- Müde
- Frustriert
- Phlegmatisch
- Lethargisch
- Wenig an den Zielen des Unternehmens interessiert

Noch weniger ist sie an Kundenkontakten interessiert und kann somit wenig Sinnvolles zum Thema **Kundenloyalität, Kundenbindung, Kundenzufriedenheit** oder gar **Kundenbegeisterung** beitragen.

Der Brandstifter

Der Brandstifter hat viel Energie – leider, denn diese Energie ist **negativ**. Sie richtet sich gegen das eigene Unternehmen.

Frustriert & aggressiv

Er ist frustriert, aggressiv – ein zerstörendes und zersetzendes Element.

Sabotage & Destruktion

Sabotage, Kampf, Destruktion – darum geht's ihm.

Ansteckend & fatal

Und er steckt damit seine Kolleginnen und Kollegen an. **Fatal**.

Löschen, unbedingt löschen!

Das Blümchen

Wer ist das Blümchen?

Das Blüüümchen findet alles gut soweit, ist happy mit dem Status Quo, ein bisschen schwerfällig vielleicht – aber **immer freundlich**.

Wenn's ums Thema Begeisterung geht: eher ein **schwaches Signal**.

Das Blümchen in Kürze

- Bewahrt lieber, als dass es gestaltet
- Happy mit dem Status Quo
- Versprüht eine „angenehme Energie“ (*Bruch/Vogel*)
- Immer freundlich, aber schwerfällig

Blümchen bewahren lieber, als dass sie gestalten. Blümchen versprühen eine „**angenehme Energie**“ (*Bruch/Vogel*).



BEGEISTERUNGSTYP 4

Die Rakete

Die Rakete steckt alle mit ihrer **positiven Energie** an.



Hochengagiert

Sie zeigt hohe Aktivität und ein hohes Commitment mit dem Unternehmen.



Leidenschaftlich

Sie ist leidenschaftlich, mitreißend, phantasievoll, energetisch, frisch und voller Power.

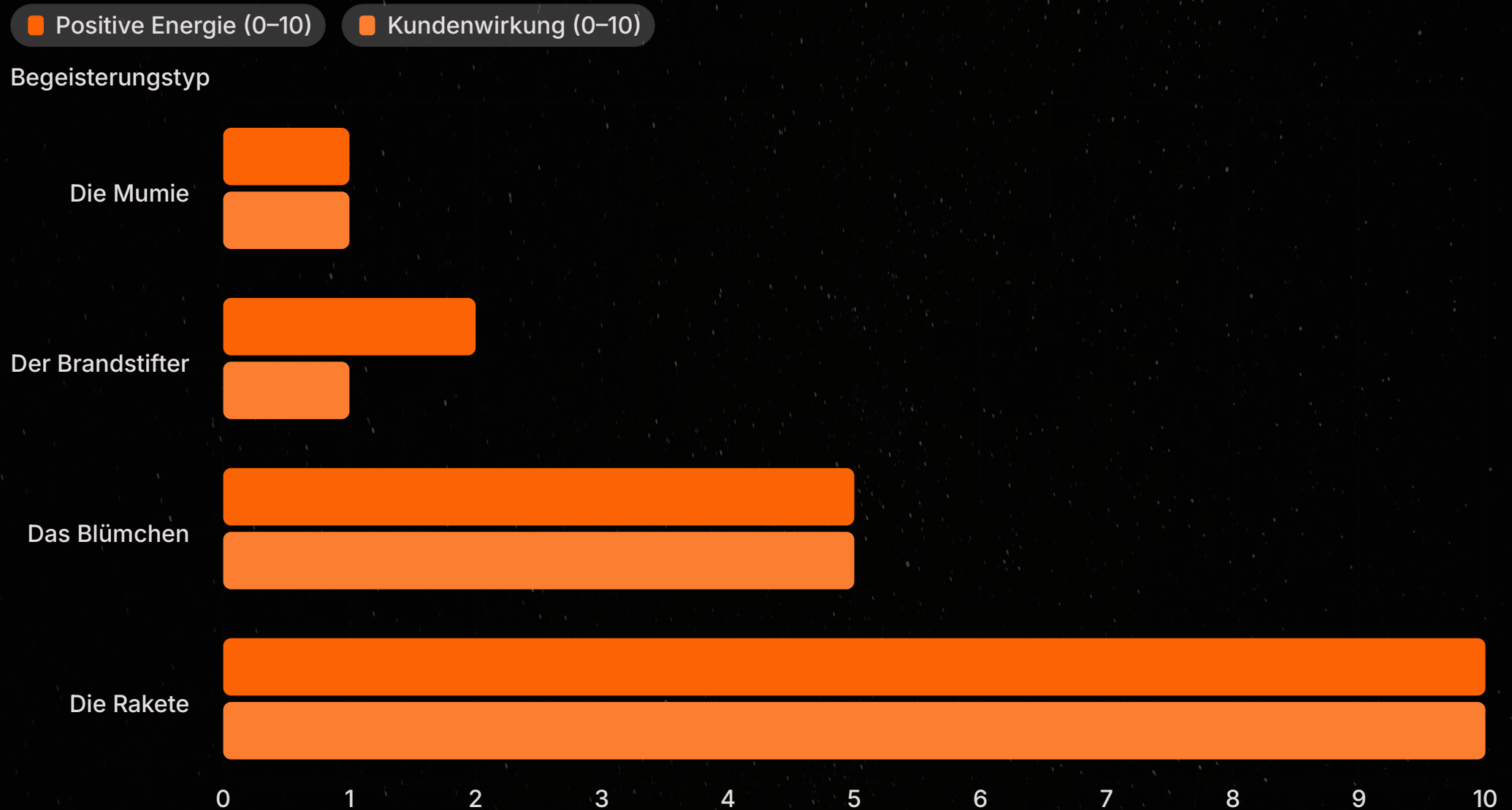


Überzeugend

Raketen wissen: Am effektivsten ist eine **gelebte Überzeugung**.

Die Energie der vier Typen im Vergleich

Die vier Begeisterungstypen unterscheiden sich fundamental in ihrer Energie und ihrer Wirkung auf das Unternehmen und die Kunden:



Während Mumie und Brandstifter kaum positive Wirkung auf Kunden entfalten, zeigt das Blümchen ein mittleres Signal – und die Rakete das volle Potenzial.

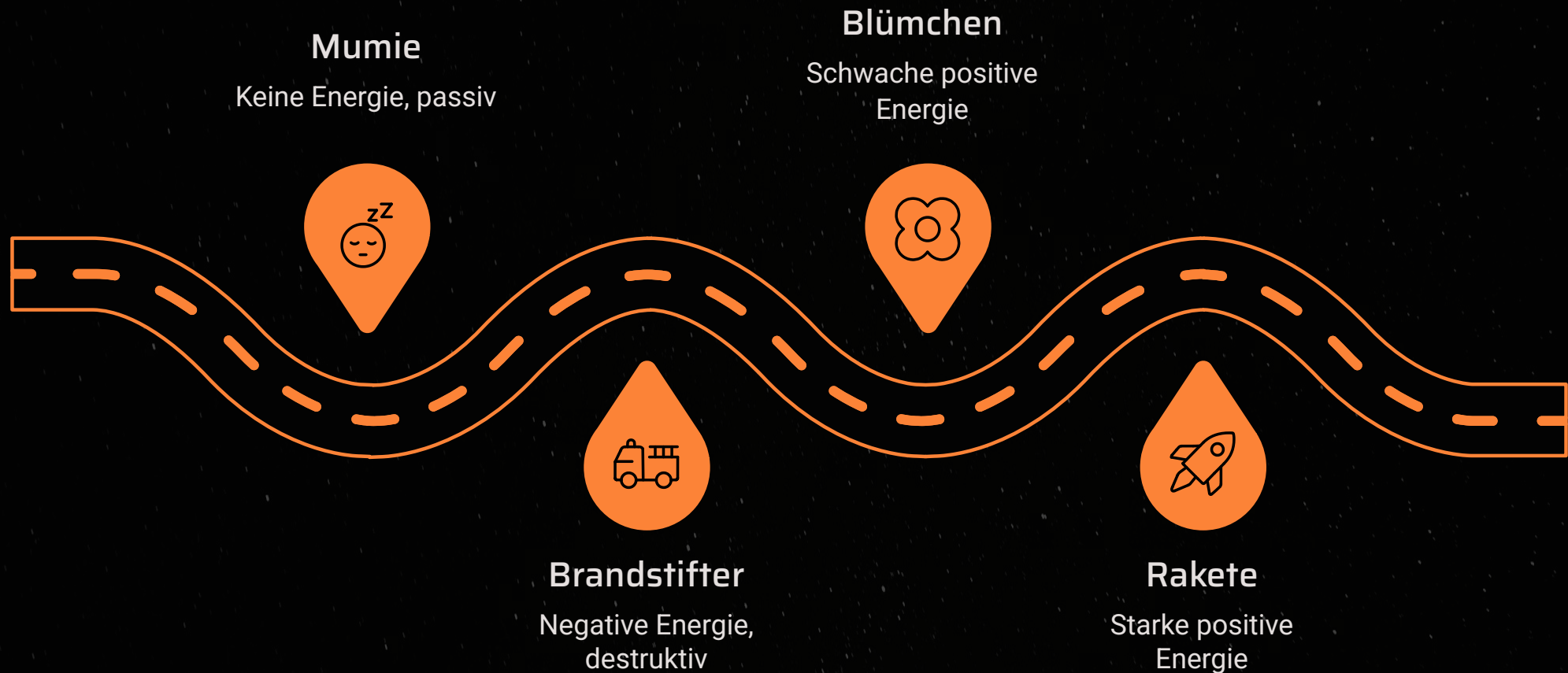
Gegenüberstellung: Alle vier Typen auf einen Blick

Typ	Energie	Haltung	Wirkung auf Kunden
 Die Mumie	Keine	Innere Emigration, lethargisch	Kein Beitrag zu Kundenloyalität oder -begeisterung
 Der Brandstifter	Negativ	Destruktiv, sabotierend	Schädlich – steckt Kollegen negativ an
 Das Blümchen	Schwach positiv	Bewahrend, freundlich	Angenehme Energie, schwaches Signal
 Die Rakete	Stark positiv	Leidenschaftlich, mitreißend	Steckt alle mit positiver Energie an

Welcher Typ sind Sie?

Mumie, Brandstifter, Blümchen oder Rakete – jetzt haben wir alle vier Begeisterungstypen durch. **Welche Typen gibt es bei Ihnen im Unternehmen? Welcher Typ sind Sie?**

- ☐ Natürlich gibt es auch Mischformen, aber wir sollten immer wieder versuchen, in den positiven Bereich, also in den Bereich des Blümchens und der Rakete zu kommen. Dort lauert eindeutig der größere Spaß für einen selbst.



Die Reise von der Mumie zur Rakete ist eine Reise hin zu mehr Engagement, mehr Leidenschaft und mehr Wirkung – für sich selbst, für das Team und für die Kunden.

Fazit: Der Weg zur Kundenbegeisterung

Kundenbegeisterung ist ja immer Eines: **ansteckend**. Aber nicht jeder Mensch kann andere begeistern.

Mumie

Innere Emigration – kein Beitrag zu Kundenbindung oder Begeisterung möglich.

Brandstifter

Negative Energie – destruktiv, fatal für das Team.
Löschen, unbedingt löschen!

Blümchen

Angenehme Energie – freundlich und bewahrend, aber schwaches Signal.

Rakete

Positive Energie – hochengagiert, leidenschaftlich, mitreißend. Am effektivsten: eine gelebte Überzeugung.

Wir sollten immer wieder versuchen, in den positiven Bereich – also in den Bereich des **Blümchens und der Rakete** – zu kommen. Dort lauert eindeutig der größere Spaß für einen selbst.