



In 30 Minuten
wissen Sie
mehr!

30 MINUTEN

Helmut Muthers

Ver-rückte Unternehmer

GABAL

Helmut Muthers

30 Minuten

Ver-rückte Unternehmer

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg
Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen
Lektorat: Friederike Mannsperger, Offenbach
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)
Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2008 GABAL Verlag GmbH, Offenbach
4., überarbeitete Auflage 2012

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autor noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Printed in Germany

ISBN 978-3-86936-382-0

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



Inhalt

Vorwort	6
1. Abschied von der Normalität	9
„Ver-rückte“ Zeiten	9
„Ver-rückte“ Kunden	12
„Ver-rückte“ Technik	15
„Ver-rückte“ Wettbewerber	17
„Ver-rückte“ Unternehmen	19
2. Unvermeidbarkeit der Veränderung	23
Prävention statt Pleite	23
Die Frage nach der Existenzberechtigung	28
Nur die Fantasie setzt Grenzen	30
Neu-Denken statt Alt-Wissen	33
3. Ohne Profil kein Profit	41
Gewinn ist die Belohnung für den Unterschied	41
Heraus aus der Austauschbarkeits- und Preisfalle	45
Kein Mensch will Produkte	53
Konzepte statt Konditionen	57

4. Kreative Erfolgsstrategien für die Märkte von morgen	63
Vergolden Sie Talente	64
Vom Talent zu Produkten und Leistungserlebnissen	69
Das Prinzip der vollständigen Problemlösung	74
5. Der verrückte Schluss	81
Lösungen	86
Fast Reader	87
Der Autor	92
Weiterführende Literatur	94
Register	95

Vorwort

Die „Ver-rückten“ geben heute den Ton an: Auf Herrentoiletten werden Wickelkommoden installiert und Zahnärzte vermitteln Kredite für Zahnersatz, Unternehmen werben auf der Stirn von Studenten und C&A verkauft Finanzdienstleistungen, Whiskey gibt es in Tuben und Prosecco in Dosen und die Nation spaltet sich bei der Frage, ob Paris Hilton ins Gefängnis soll.

Nicht mehr berechenbare Kunden trotzen teilnahmslos den traditionellen Marketingmethoden. Sie feilschen um den letzten Euro-Cent beim Handwerker-Auftrag, buchen anschließend bei der Billig-Airline den Flug nach Nizza und übernachten im teuersten Hotel der Stadt.

Wer künftig Erfolg haben will, muss nicht mehr besser sein, nein, er muss sich von seinen Mitbewerbern – für seine Kunden deutlich wahrnehmbar – unterscheiden. Die unternehmerische Herausforderung für Unternehmen, Manager, Freiberufler, Handelsvertreter, Verkäufer, Marketing- und Vertriebsexperten und Mitarbeiter hat eine neue Dimension erreicht.

Sie müssen heraus aus der Austauschbarkeit, herausragen aus der grauen Masse der Durchschnittlichkeit. Sie müssen Ihren Kunden stichhaltige Gründe liefern, warum sie bei Ihrem Unternehmen und nicht bei der Konkurrenz kaufen sollen. Sie müssen Leistungen bieten, die der Kunde beim Wettbewerber nicht bekommt. Der

Charakter, die Aufgabe von Produkten und Dienstleistungen haben sich grundlegend verändert.

In diesem Buch lesen Sie, wie Sie auf „ver-rückte“ Art und Weise Ihre persönlichen und unternehmerischen Leistungserlebnisse und Problemlösungen schaffen, sich von der Konkurrenz absetzen und nachhaltig wirkende Wettbewerbsvorteile aufbauen. Viel Spaß bei der Lektüre! Und denken Sie immer daran: Der Mut zur Umsetzung muss nicht angeboren sein, auch Sie können diese Entscheidung fällen. Und ich muss es wissen: Mein Name ist MUT HERS (mutiges Herz), Hel**MUT** **MUT**hers.

Helmut Muthers

Fon +49 (0) 170-3197749

helmut@muthers.de

www.muthers.de



30 MINUTEN

**Wer sind die „ver-rückten“
Kunden?**

Seite 12

**Wer bestimmt den „ver-rückten“
Wettbewerb?**

Seite 17

**Wie verhalten sich „ver-rückte“
Unternehmer?**

Seite 19

1. Abschied von der Normalität

„Was wir brauchen, sind ein paar verrückte Leute; seht euch an, was uns die Normalen gebracht haben.“

George Bernard Shaw

Turbulente Zeiten bedeuten eine Herausforderung und zugleich eine Chance für Unternehmer.

1.1 „Ver-rückte“ Zeiten

Stellen Sie sich vor, wir schreiben das Jahr 1967: Den Schulabschluss in der Tasche, haben Sie mit 16 eine Lehrstelle bei einer Bank bekommen – dank der guten Beziehungen Ihrer Eltern zum Bankdirektor. „Das ist was Sicheres, das ist öffentlicher Dienst, wie bei der Verwaltung, da kannst du bis zur Rente bleiben“, so ihre Argumente. Vor dem Hintergrund einer eher unsicheren Zukunft nehmen Sie die Chance im öffentlichen Dienst wahr. „Nichts ist mehr wie früher, es ist alles so hektisch geworden, auf nichts ist mehr Verlass“, sagt Ihre Groß-