

VORWORT (ÜBERSETZUNG)

In den vielen Jahren der weltweiten Beratungstätigkeit wurde ich häufig danach gefragt, was sich in der Geschäftswelt am meisten verändert hat. Meine Antwort ist ein Wort: der Wettbewerb.

Jeder, der ein erfolgreicher Unternehmer sein will, muss seine Pläne zuerst auf Wettbewerbstauglichkeit prüfen. Es geht nicht darum, was man tun will, es geht darum, was der Wettbewerb zulässt. Leider sind die meisten Unternehmer zu euphorisch mit Ihren Ideen, dass sie manchmal vergessen zu verstehen, was Mitbewerber tun, speziell wenn sie bedroht werden.

Wenn man erst einmal ein Gefühl für Wettbewerb hat, ist man besser in der Lage, eine klare Strategie zu entwickeln. Aber am wichtigsten ist es, zu verstehen, dass der wirkliche Kampf im Gedächtnis der bestehenden und potentiellen Kunden stattfindet. Und in diesem Kampf müssen Sie klar kommunizieren, was Ihr Unternehmen von der relevanten Konkurrenz differenziert.

Es geht nicht darum, Erster mit einer Idee am Markt zu sein und den „First-Mover-Advantage“ zu nutzen. Es geht darum, Erster im Gedächtnis der Kunden zu sein. Es ist ein mentaler Wettbewerb. Es ist ein Rennen um die bessere differenzierende Idee in einem immer stärker umkämpften mentalen Schlachtfeld.

Im heutigen Wettbewerb brauchen kleine und mittelständische Unternehmen eine mindestens so gute Strategie wie die Großen. Sonst sind sie flach wie Pizza. Sie sind mit den gleichen Problemen konfrontiert wie mittlere und große

Unternehmen. Der einzige Unterschied liegt darin, dass die Kleinen weder das nötige Kleingeld noch die Zeit und die richtigen Leute zur Entwicklung, Umsetzung und Beibehaltung der strategischen Stoßrichtung haben. Aber sie sollten genau das umso mehr tun, denn wenn sie einen Fehler machen – zack –, sind sie erledigt. Sie haben nicht genug Geld in der Kriegskasse, um zu überleben.

Das ist der Grund für dieses Buch. Die Ratschläge, die wir großen Unternehmen geben, sind mindestens genauso wichtig für kleine Unternehmer. Alle Prinzipien der Positionierung und Differenzierung gelten in der gleichen Art und Intensität.

Lorenz Wied, unser langjähriger Senior Partner, bringt in diesem Buch unsere 40-jährige weltweite wirtschaftliche Erfahrung in 75 unterschiedlichen Branchen für Jungunternehmer einfach und gut verständlich in kompakter Form auf den Punkt, damit Jungunternehmer, die nicht die Zeit haben, viele Bücher zu lesen, da sie mit ihrem Unternehmen vollauf beschäftigt sind, davon profitieren.

Das Buch wird Ihnen helfen, diese Prinzipien klar zu verstehen. Ihr Erfolg wird in großem Maße davon abhängen, wie gut und wie viel Sie daraus lernen.



Jack Trout