

Probleme mit der Darstellung? Dann hier im Browser lesen: www.business-backstage-report.com/archiv.htm



Business

Backstage Report:

Ein alles, außer gewöhnlicher Wegweiser für Ihre persönliche und unternehmerische Zukunft. Ein Mutmacher, Unkonventionelles zu denken und durchzusetzen. Jeden Monat neu!

[Bestellen Sie den Business Backstage Report hier](#)

Ausgabe 98
März 2010

 [FACEBOOK](#)

 [TWITTER](#)

Die Welt von Förster & Kreuz



SPUREN STATT STAUB



"Best of Business"
Financial Times
[Mehr Infos](#)

[Home](#) | [Förster & Kreuz](#) | [Archiv](#) | [Backstage Report bestellen](#) | [Abmelden](#) | [Impressum](#)

Letzten Sonntag sind wir beim Surfen im Web auf folgende Nachricht gestoßen: **Eine aktuelle Studie der Universität Rochester hat herausgefunden, dass Menschen am Wochenende glücklicher sind als unter der Woche.** Jetzt sind Sie baff, oder? Kein Witz, das war die Nachricht. Im ersten Moment ist uns dazu nur eingefallen, dass wir doch auch mal eine Untersuchung machen könnten, um herauszufinden, dass Wasser nass ist. Oder dass es nachts dunkler ist als tagsüber.

Im zweiten Moment fiel uns aber auf, was der eigentlich springende Punkt der Studie ist: nämlich das **WARUM**. Die Wissenschaftler hatten festgestellt, dass Menschen am Wochenende glücklicher sind, weil sie da **selbstbestimmt** handeln können und vorwiegend mit Leuten zusammen sind, die sie gern haben und wertschätzen.

Im Umkehrschluss bedeutet das, dass sich viele Menschen bei der Arbeit fremdbestimmt fühlen und umgeben sind von Leuten, die sie gar nicht um sich herum haben wollten, wenn es nicht sein müsste.

Was uns ins Grübeln gebracht hat: Warum akzeptieren so viele Menschen, dass jemand anders darüber bestimmt, wie sie ihre Arbeit zu strukturieren haben – womöglich für sie individuell völlig ineffektiv? Und dass sie sich mit allerlei schrägen Typen vom Büro-Bärchen über das Unternehmens-Rudeltier bis zum Betriebs-Tyrannen rumschlagen müssen – obwohl das grässlich schlechte Laune macht? Wir fragen uns ernsthaft, wer das will und wozu das gut sein soll. Und warum das alle für normal halten.

Das hat nichts mit betrieblichen Kuschelgruppen oder einer Wir-haben-uns-alle-ganz-doll-lieb Unternehmenskultur zu tun. Auch ein Hasso Plattner, Aufsichtsratschef und Mitbegründer von SAP (und ein Tekkie bis ins Mark), hat verstanden: „Wir sind ein Unternehmen, das Gewinn machen muss. Das werden wir aber nur tun, wenn wir auch ein glückliches Unternehmen sind und auch unsere Kunden glücklich sind. Ich werde alles dafür tun, dass SAP wieder eine glückliche Firma wird.“ – GLÜCKLICH!

So ist es: Nur mit Menschen, die gut drauf sind und die ihre Arbeit und ihre Firma mögen, ist ein Unternehmen fit für die Wirtschaft von morgen! Führungskräfte müssen deshalb ihren Mitarbeitern Raum geben, damit diese ihre eigenen Entscheidungen treffen können. Und eine Kultur des Miteinanders schaffen, des Zuhörens, des Respekts. Das kostet null Euro und funktioniert sofort: Damit die Mitarbeiter vielleicht demnächst am Sonntagabend sagen: Endlich wieder Montag!

Ein glückliches Wochenende wünschen

Anja Förster & Peter Kreuz

K O M M E N T A R E

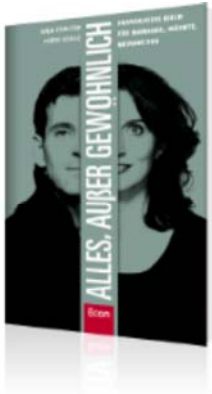
Dieses Editorial [können SIE hier kommentieren](#)

Geschenkt! Unser neues Zitatebuch: Die Rote Edition 2010/11



Es ist da: Frisch aus der Druckerpresse!
Unser neues Zitatebüchlein: Die rote Edition 2010/11.

Wir schenken es Ihnen: Zum selber Lesen und zum

**ALLES, AUSSER
GEWÖHNLICH**

Wirtschaftsbuch-Preis
2007

[Mehr Infos](#)



Download

Verschenken an Freunde, Kollegen, Chefs, Mitarbeiter, Kunden...

Ob 10 oder 210 Exemplare, wir schicken sie Ihnen gerne kostenlos und unverbindlich – solange unser Vorrat reicht.

Hier können Sie Ihre Exemplare bestellen, schon mal einen ersten Blick hineinwerfen oder auch eine PDF-Version herunterladen.

FREUDE MACHEN!

Empfehlen Sie den Backstage-Report an Freunde und Kollegen...

POSITION BEZIEHEN!

Für eine Wirtschaft, die bunt, aufregend und energiegeladen ist...

**DIFFERENT
THINKING!**

"Für alle, die Inspiration suchen, etwas bewegen wollen und den Mut haben, auch mal Neues zu wagen."

Manager Magazin

[Mehr Infos](#)

Drucken Sie...

diesen Business-
Backstage-Report
[als pdf-Datei](#)

Nutzen Sie...

unsere Beiträge für Ihre
Publikationen. Bitte mit
Hinweis und Link auf:
[Business-Backstage-
Report.com](#)

Backstage Talk: Andreas Pröve

Andreas Pröve wird auch der "rollende Fotoreporter" genannt. Als 23jähriger verunglückte er mit seinem Motorrad und ist seitdem querschnittsgelähmt. Das konnte ihn jedoch nicht davon abhalten, in die entlegensten Winkel der Erde zu reisen. Zuletzt bereiste er Indien, von Küste zu Küste. Und zwar in Handarbeit. Wer schon mal als "Fußgänger" in Indien unterwegs war, weiß, was das bedeutet. Andreas Pröve ist aber nicht nur ein Abenteurer, für den es keine unüberwindbaren Hindernisse gibt. Er ist auch sozial engagiert und berichtet für Terre des Hommes über Kinderarbeit in Indien, über unterdrückte Bergvölker oder vom Überlebenskampf der Slumbewohner Kalkuttas.

Wir haben uns mit ihm in Heidelberg getroffen und [das folgende spannende Gespräch geführt...](#)

[f Förster & Kreuz bei FACEBOOK](#)

[t Förster & Kreuz bei TWITTER](#)

**Backstage: Dean L. Kamen und der
Cola Fountain**

Dean L. Kamen ist ein genialer Erfinder. Und ein cleverer Unternehmer. Und ein Mann mit globalem Gewissen. Ein echter Innovator, der Chancen aufspürt, sie beim Schopf ergreift, sich vorwärts bewegt auch ohne alle Antworten zu kennen, hin und wieder auch mal stolpert - und schließlich doch ans Ziel gelangt.

Mit Coca Cola hätte dieses Ausnahmetalent nicht zusammenarbeiten müssen, als er vom Konzern gefragt wurde: Können Sie uns beim Entwickeln einer neuen Getränkezapfanlage helfen? Er konnte tatsächlich, denn seine Firma DEKA verfügt über besonderes Know-how beim Messen, Mischen und Transportieren von Flüssigkeiten. Zwar für medizinische Apparate und Anwendungen wie Chemotherapie, aber Flüssigkeiten eben, aus Ingenieurssicht das Gleiche. Nur, warum sollte er das tun?



Er tat es – und forderte von Coca Cola im Gegenzug Unterstützung für ein Charity-Projekt, das Kinder weltweit mit Trinkwasser versorgt. Das ist, was uns begeistert: Eine wunderbare Win-win-win-Situation.

Was Kamen dann entwickelte, heißt "Freestyle" und ist eine Art Eier legende Wollmilchsau der Zapfanlagen. Gewöhnliche Zapfanlagen bieten bis zu acht verschiedene Getränke an. Der Freestyle? 100! Das Prinzip dahinter ist das Gleiche, wie das eines Farbdruckers: Statt mit Sirupkonzentraten arbeitet Kamens Erfindung mit Patronen. In jeder ist nur eine hochkonzentrierte Zutat, die dann für jedes Getränk in den gewünschten Mengen neu zusammen gemischt werden. Einmal ordentlich quergedacht und schon ist die scheinbar völlig ausgereizte Technologie revolutioniert. Fantastisch!

Dadurch besteht erstmals die Möglichkeit für den Kunden, sich selbst neue Getränkekreationen zusammenzumixen. Himbeer-Coke? Na klar, drücke einmal hier und einmal da. Die Umsätze erhöhten sich im Testlauf im zweistelligen Bereich.

Der Clou: Kamen hat diese Zapfanlagen drahtlos mit der Zentrale von Coca Cola vernetzt. So weiß der Konzern nicht nur, wann welche Patronen gewechselt werden muss, sondern auch, welche Mischung sich am besten verkauft. Beispielsweise wurde schnell klar, dass koffeinfreie Diet-Coke vor allem am Spätnachmittag ein Renner ist, obwohl es in der Gesamtstatistik eher weniger stark läuft. Für die Entwicklung von neuen Produkten ist damit jeder Zapfhahn ein Marktforschungslabor unter Realbedingungen. Für jeden Marketingprofi der Traum schlechthin!

Und da die Patronen deutlich leichter sind als die Sirup-Container, hält der Freestyle darüber hinaus die Logistik-Kosten gering. Bei Coca Cola hat man sich sicher gefragt, warum man nicht schon sehr viel länger mit Dean L. Kamen zusammen gearbeitet hat. Es muss wie ein Weckruf gewesen sein: Wer hätte gedacht, dass man ein bestehendes System derart umkrepeln kann?



Und jedem, der jetzt denkt „Ja, bei Zapfanlagen scheint das zu gehen – aber bei meinem Produkt?“ sei gesagt: Wenn selbst ein Branchen-Elefant wie Coca Cola das fertig bringt, dann können Sie das schon lange!

L I N K T I P P S

[Dean Kamen bei Wikipedia](#)
[TED Talk: Dean Kamen on inventing and giving](#)
[Business Week: Dean Kamen Reinvents Coke's Soda Fountain](#)
[Interview und Beschreibung von Dean Kamen im Guardian](#)
[Deka Homepage](#)
[Coca Cola Homepage](#)
 Weitere Beispiele in unserem [Business Space Center](#)
 Hier können Sie [auf diesen Beitrag verlinken](#)

**Die Bestseller
von Förster & Kreuz**

mehr Infos



„Ein leidenschaftlicher Appell für Lebensunternehmertum.“
Süddeutsche Zeitung

„Es hat die Wirkung eines Energy-Drinks.“
Hamburger Abendblatt

„Ein Streichholz, das andere entzündet.“
Financial Times

Backstage: Tata Nano-Appartments

Gerade wurde in Dubai das höchste Gebäude der Welt eingeweiht: Burj Chalifa, der Turm des Kalifen. Als wir im vorletzten Jahr an der Baustelle standen, haben wir uns gefragt: Ist es das, was die Menschen wirklich wollen? Immer noch größer? Noch höher? Noch gigantischer?

Oder ist dieses Streben nach Superlativen nicht längst überholt? Der indisch-amerikanische Ökonom C.K. Prahalad predigt es schon lange: Es bringt nichts, immer weiter nach oben zu denken, immer mehr Richtung Premium und Luxus. Unternehmen müssen auch attraktive Produkte für die Kunden aus dem unteren Teil der Einkommenspyramide entwickeln und zwar mit Blick auf den gesamten Globus. Für all die Menschen in Afrika, in China, in Indien oder in Brasilien, die zur Arbeit gehen, die Geld verdienen, aber für die selbst viele günstige Produkte immer noch zu teuer sind. Prahalad hat dafür das Akronym BOP geprägt: "Bottom of the Pyramid".



Besonders westliche Player nehmen diese riesige Zielgruppe oft gar nicht wahr und lassen sich auf deren Märkten die Butter vom Brot nehmen. Zum Beispiel von Mahindra & Mahindra, einem indischen Unternehmen, das wir bereits in unserem [Querdenk-Cast aus Delhi](#) vorgestellt haben und das auf qualitativ gute Low-Tech-Produkte zu extrem günstigen Preisen setzt. Oder von Tata.

Aufsehen erregte Tata im letzten Jahr mit dem billigsten Auto der Welt: Der Nano, der im Juli zum ersten Mal ausgeliefert wurde. Er kostet 100.000 Rupien, also 1.700 Euro. Und weil das Angebot auf große Nachfrage stieß, stieg Tata prompt mit der gleichen Idee in den Wohnungsbau ein.

Am Rand von Mumbai entstehen zur Zeit 1.244 Mini-Wohnungen. Nano-Appartments mit einer Fläche von nur 20 Quadratmetern, die Tata zum Discount-Preis von 5.600 Euro verkauft. Um diesen Preis möglich zu machen, hat sich Tata von vielen Standards heutigen Wohnungsbaus verabschiedet, darunter dem vierten Stock. Ab dem dritten wird die Statik nämlich kompliziert. Die Mauern sind aus gegossenen Betonklötzen, nicht aus Stein, und Aufzüge gibt es natürlich auch keine. Alles ist technisch sehr schlicht – und kann so auch von ungelernten Arbeitern sehr schnell zusammengebaut werden.

Tata beweist damit klugen Geschäftssinn: Allein in Indien gibt es aufgrund der Einkommensstruktur der Bevölkerung einen Markt für das Nano-House von beinahe 200 Millionen Kunden. Tippen Sie mal in den Taschenrechner: 200 Mio. mal 5.600 Euro... Und dann wären da noch China, Brasilien, Indonesien...



Dass die Strategie, die Tata so erfolgreich macht, auch für andere Firmen funktionieren kann, wollen VW und Suzuki unter Beweis stellen: Beide planen ein Konkurrenzprodukt zum Nano. Bis westliche Wohnungsbauunternehmen beginnen, die Märkte am "Bottom of the Pyramid" zu erschließen, wird wohl noch Zeit vergehen...

Manchmal genügt es, in die Hocke zu gehen, um die Welt aus einer anderen Perspektive zu betrachten. Von unten.

L I N K T I P P S

[Homepage Tata Housing](#)

[Business Week: Tata's Nano Home](#)

[Economist: Cheap housing in India \(Registrierung notwendig\)](#)

[Wall Street Journal: Tatas' Nano Housing Plan \(Registrierung notwendig\)](#)

[Wikipedia: Tata Nano](#)

[Wikipedia: Base of the Pyramid](#)

[Förster & Kreuz Querdenk-Cast aus Delhi](#)

Weitere Beispiele in unserem [Business Space Center](#)

Hier können Sie [auf diesen Beitrag verlinken](#)

Vorträge von Förster & Kreuz

"Frech und frisch, ermutigend, polarisierend - das schafft Bewegung und räumt den Kopf auf."

Agilent Technologies

Förster & Kreuz kitzeln am Kopf, fordern heraus, begeistern Zuhörer und laden müde Motivationsbatterien auf.

mehr Infos

more



Outtake: Staubsauger Tuning

Schon Doris Day – zumindest im Film die glücklichste aller Hausfrauen – wusste, dass es sich mit einem flotten Liedchen auf den Lippen besser staubwedelt. Diese Ausprägung der Alltagskultur geriet leider in Vergessenheit, solange röhrende Staubsauger sowohl dem Staubwedel als auch dem spontanen musikalischen Ausdruck im trauten Heim den Garaus machten.



Doch mit jeder Generation wurden die Geräte leiser und vielleicht ist das der Grund, warum man bei Electrolux auf die Idee kam, ein Modell mit

Dockingstation für den iPod zu entwickeln: „Unsere Sauger sind so leise, dass Sie selbst die zartesten Chopin-Passagen nicht mehr verpassen“, scheint uns die Firma zuzwitschern zu wollen. Darauf deutet auch der Name des Geräts: UltraSilencer.

Und um dem Ganzen einen wissenschaftlichen Anstrich zu geben (kommt besonders gut bei männlichen Kunden an), verweist Electrolux auf eine Studie, nach der Menschen, die zu Musik saugen, gründlicher saugen (kommt besonders gut bei weiblichen Kunden an).

Wir fragen uns nur völlig konsterniert: Wenn ich beim Staubsaugen iPod hören will, warum soll ich ihn dazu in den Staubsauger stecken - anstatt ihn so zu verwenden wie sonst auch? Wenn Sie dazu einen weisen Rat wissen, schreiben Sie uns!

L I N K T I P P S

[Electrolux UltraSilencer Homepage](#)

[Youtube Video: Electrolux Lab Test: Vacuuming with music](#)

Hier können Sie [auf diesen Beitrag verlinken](#)

Tourkalender

Wenn Sie Förster & Kreuz live erleben wollen: Eine Übersicht über alle öffentlichen Veranstaltungen gibt's im [Tourkalender](#).

[Zu den aktuellen Terminen](#)



Neu im BLOG von Förster & Kreuz

Gedanken, Ein- und Ansichten, die Mut machen, Spuren zu hinterlassen und nicht nur Staub aufzuwirbeln, finden Sie auch in unserem Blog. Zum Beispiel:

[4.3.2 – dann ist der Sessel frei. Warum sich Chefs zukünftig jeden Tag aufs Neue beweisen müssen](#)

[Dem Joch der Kurzfristdenke entkommen. L'Oréal sagt ‚au revoir‘](#)

[Unternehmerischen Niedergang identifizieren & behandeln](#)

Seit Anfang des Jahres können Sie uns auch bei [FACEBOOK](#) und [TWITTER](#) folgen.

FREUDE MACHEN!

Empfehlen Sie den Backstage-Report an Freunde und Kollegen...



DRUCK MACHEN!

Laden Sie eine PDF-Version vom Backstage-Report herunter...



POSITION BEZIEHEN!

Für eine Wirtschaft, die bunt, aufregend und energiegeladen ist...



Förster & Kreuz

Förster & Kreuz sind Vordenker einer neuen Generation in Wirtschaft und Management. Leidenschaftlich. Kämpferisch. Erfrischend. Sie bringen Führungskräfte und ihre Teams dazu, sich aus Denkschablonen zu befreien, Scheuklappen abzulegen und ausgetretene Pfade zu verlassen.

Auf allen fünf Kontinenten fahnden die beiden Managementberater und Bestsellerautoren nach Unternehmen, die so unkonventionell wie erfolgreich sind. Nach Organisationen, denen sich die besten Talente und Kunden anschließen und nach Menschen, die dafür brennen, mit ihrer Arbeit einen echten Unterschied zu machen.



Zu ihren Kunden zählen die Führungsetagen von Bayer, BMW, Deutsche Bank, Gore, IBM, Mars, Porsche, Siemens und weiterer namhafter Unternehmen.

Wenn Sie Förster & Kreuz buchen möchten, kontaktieren Sie bitte ihre Agentin Petra Steurer: Telefon (Schweiz): 0041-71-7446522; office@nolimit-steurer.ch

M E H R I N F O S

- » [Förster & Kreuz: In Vorträgen](#)
- » [Förster & Kreuz: In Büchern](#)
- » [Förster & Kreuz: In Person](#)
- » [Förster & Kreuz: Das Manifest](#)
- » [Backstage-Talk](#)
- » [Business-Space-Center](#)

Sie können Ihr Abonnement selbst konfigurieren ...

Abbestellen. Klicken Sie auf den folgenden [abmeldelink]LINK[/abmeldelink], wenn Sie den Business-Backstage-Report nicht mehr erhalten wollen.

HINWEIS: Dieser Link steht nur beim E-Mail-Versand zur Verfügung.

Ändern. Klicken Sie auf den folgenden [profillink]LINK[/profillink], wenn Sie Ihre E-Mail-Adresse ändern möchten

HINWEIS: Dieser Link steht nur beim E-Mail-Versand zur Verfügung.

Impressum & Kontakt

Verantwortlich für den Inhalt: FÖRSTER & KREUZ GmbH; Geschäftsführer: Dr. Peter Kreuz, Anja Förster; Sitz: Heidelberg; Amtsgericht Mannheim: HRB 704510

c/o NO LIMIT- PR und Marketing Steurer, Petra Steurer, Rosenstrasse 12; CH-9430 St. Margrethen; Schweiz; Fax (Schweiz): 0041-71-7400926
Telefon (Schweiz): 0041-71-7446522
Email: office@nolimit-steurer.ch

Kontakt: Kontaktdaten bei Anfragen für Vorträge, Workshops oder Beratungsprojekte sowie für Interviews oder Presseartikel finden Sie [hier](#).

Disclaimer: Es wird keinerlei Haftung für Übermittlungsfehler, Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben übernommen. Die Nennung von Produkten anderer Hersteller oder Anbieter dient ausschließlich zur Information und stellt keinen Warenzeichenmissbrauch dar. Hinsichtlich der Auswahl, Leistung oder Anwendung dieser Produkte oder Dienstleistungen wird keinerlei Gewähr übernommen.

Business-Backstage-Report ist eine eingetragene Marke der Förster & Kreuz GmbH. Jede ungenehmigte oder missbräuchliche Verwendung dieser Marke ist untersagt.

Copyright © ANJA FÖRSTER & DR. PETER KREUZ