

Förster & Kreuz Backstage Report

„Bildreich und frech plädieren sie dafür,
anders zu denken und wieder **Mut,**
Spaß und Leidenschaft
in den Wirtschaftsalltag zu bringen.“
Manager Magazin



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

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 83
Dezember 2008

Die Welt von Förster & Kreuz



SPUREN STATT STAUB

Neulich blättern wir in der Zeitung und bleiben verblüfft bei der Werbung hängen: Ein Ganzseiter der Commerzbank kündigt „den ersten Kundenbeirat einer deutschen Privatbank“ an. „Denn Ihre Meinung ist uns wichtig“, heißt es da. Eine der größten deutschen Banken trifft sich also ab jetzt zwei Mal pro Jahr mit ausgewählten Kunden. Wir sind schwer beeindruckt.

Ähnlich beeindruckt waren wir, als einer unserer Laptops ausfiel und wir den Hersteller telefonisch erreichen konnten. Ist das nicht GIGANTISCH? Zum Glück hatten wir vorher die ganzseitige Anzeige gesehen: „Wir sind für unsere Kunden telefonisch erreichbar. Das ist uns wichtig.“ Da riefen wir Halleluja, mussten gleich an unsere Leser denken und haben beschlossen, unser nächstes Buch unschlagbar leserfreundlich zu gestalten. Es wird Seiten haben. Aus Papier. Die sich einzeln umblättern lassen. Toll, was!

Es ist grotesk, was hier als DIE kundenfreundliche Erfindung gefeiert wird: Nämlich eine Selbstverständlichkeit: Ein Unternehmen spricht regelmäßig mit seinen Kunden. Das ist Standard! Das dürfen wir voraussetzen! Dass nun auch der Vorstand einer deutschen Großbank Kundenkontakt sucht, ist loblich. Aber dann – warum nur zwei Mal pro Jahr? Und das mit Kunden, deren „Bewerbungsunterlagen“ vorher von der Bank „ausgewertet“ werden, wie es auf der Website der Commerzbank heißt?

Und dann fragen wir uns: Wenn so eine Aktion mit Anzeigen gefeiert und von der Wirtschaftspresse gebjubelt wird, wie ZAPPENDUSTER muss dann erst der Durchschnitt aussehen? Wie oft reden die mit ihren Kunden? Glauben solche Unternehmen, sie seien der Mittelpunkt des Universums und der Kunde werde allein durch die Schwerkraft in ihrer Umlaufbahn gehalten? Wir halten es lieber mit Kopernikus und behaupten mal frech, dass alle Planeten um die Sonne und alle Unternehmen um den Kunden kreisen. Und Sie?

Kopfschüttelnde Grüße
Anja Förster und Peter Kreuz

FREUDE MACHEN!

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



POSITION BEZIEHEN!

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



Backstage Talk: Bertrand Piccard



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

ALLES, AUSSER GEWÖHNLICH



Wirtschaftsbuch-Preis
2007
» [Mehr Infos](#)

DIFFERENT THINKING!



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



Im Rahmen des OMV Village 2008 in Alpbach haben wir Bertrand Piccard getroffen, den Schweizer Abenteurer und Facharzt für Psychiatrie, der als erster Mensch die Erde in einem Ballon umrundet hat. Er hielt seinen Vortrag im Anschluss an unseren und so kamen wir „backstage“ ins Gespräch. Ein sympathischer und energiegeladener Typ, der im positiven Sinn seine Grenzen auslotet und ständig Neues ausprobier.

Wir haben Bertrand nach seinem neuen Projekt „Solar Impulse“ gefragt. Spätestens 2012 will er mit einem Solarflugzeug emissionsfrei die Welt umrunden.

[Das Interview finden Sie hier...](#)

Backstage: Marko Ahtisaari und Blyk

Stellen Sie sich vor, jemand verspricht Ihnen auf eine Werbe-MMS an Ihre Zielgruppe eine Responserate von über 50 Prozent. Und stellen Sie sich dann vor, dass derjenige, der Ihnen so etwas verspricht, ein blonder Typ mit einem Jungengesicht ist, der aussieht, als würde er nächstes Jahr Abitur machen. Ganz ehrlich, wie reagieren Sie? Vielleicht ja ungefähr so: Hahahaha!

Mit mindestens einem spöttischen Lächeln haben die meisten Insider aus der Mobilfunkbranche reagiert, als der 39-jährige Finne Marko Ahtisaari zum ersten Mal die Idee seiner Firma Blyk präsentierte: werbefinanzierte Gratistelefonate übers Handy. Heute lacht auf dem britischen Mobilfunkmarkt, wo Blyk gestartet ist, niemand mehr. Vor allem nicht die etablierten Anbieter.

[» Mehr Infos](#)

Drucken Sie...

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

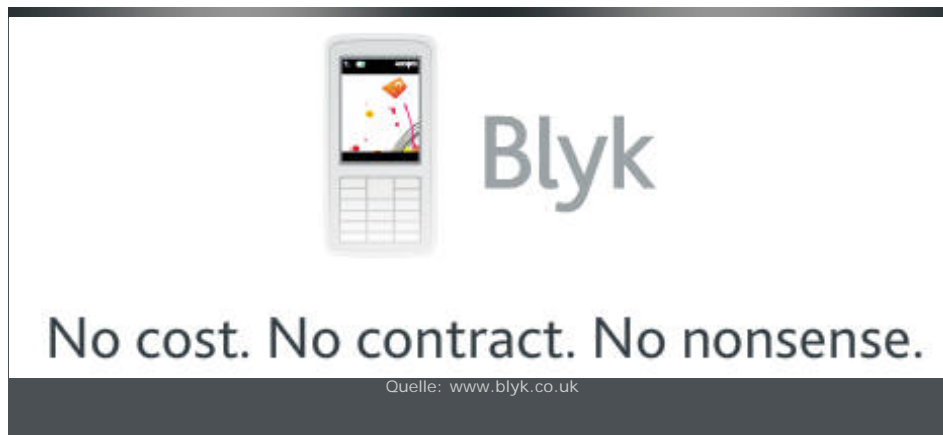
Nutzen Sie...

unsere Beiträge für Ihre
Publikationen. Bitte mit
Hinweis und Link auf:
Backstage-Report.com



Quelle: Joi, www.flickr.com/photos/joi/2480548979/

Blyk macht gleich mehrere Sachen richtig: Zum Beispiel die Beschränkung des Angebots auf 16- bis 24-Jährige. Das ist konsequent – und mutig! Über 200.000 britische Jugendliche telefonieren inzwischen kostenlos mit Blyk und erklären sich im Gegenzug damit einverstanden, maximal sechs Werbe-MMS täglich zu erhalten. Diese Werbung verpufft keineswegs. Bei einer Kampagne für ein Buch von Nick Hornby kontaktierten tatsächlich 64 Prozent der Nutzer per Handy den Verlag. Die Zielgruppenansprache ist offenbar gut durchdacht.

An advertisement for Blyk. On the left is a white mobile phone with a screen showing a colorful abstract pattern. To the right of the phone is the word "Blyk" in a large, grey, sans-serif font. Below this, the slogan "No cost. No contract. No nonsense." is written in a bold, black, sans-serif font. At the bottom of the advertisement, in a smaller font, is the text "Quelle: www.blyk.co.uk".

Dabei räumt Ahtisaari freimütig ein, dass man mit Werbung allein keinen Mobilfunk finanzieren kann und sucht jetzt nach Kooperationspartnern. Nächstes Jahr will sein Unternehmen auch in Deutschland starten. Ob es funktionieren wird? Wir wissen es nicht. Aber hinterher wollen ja immer alle die Propheten gewesen sein. Wir finden es gut, dass Ahtisaari eine Idee einfach ausprobiert, die andere für kompletten Wahnsinn halten. Dafür hätte er glatt einen Preis verdient. So wie sein Vater Martti Ahtisaari. Der hat gerade den Friedensnobelpreis bekommen. Nicht von schlechten Eltern, oder?

Inhaltsstoffe

In unserem Business Space Center haben wir folgende Inhaltsstoffe von Blyk ermittelt:

- 40% [Preis-DNA](#)
- 40% [Business-Querdenker](#)
- 20% [Value-Innovation](#)

LINKTIPPS

- » [Blyk UK Homepage](#)
- » [About Blyk](#)
- » [Blog von Marko Ahtisaari](#)

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

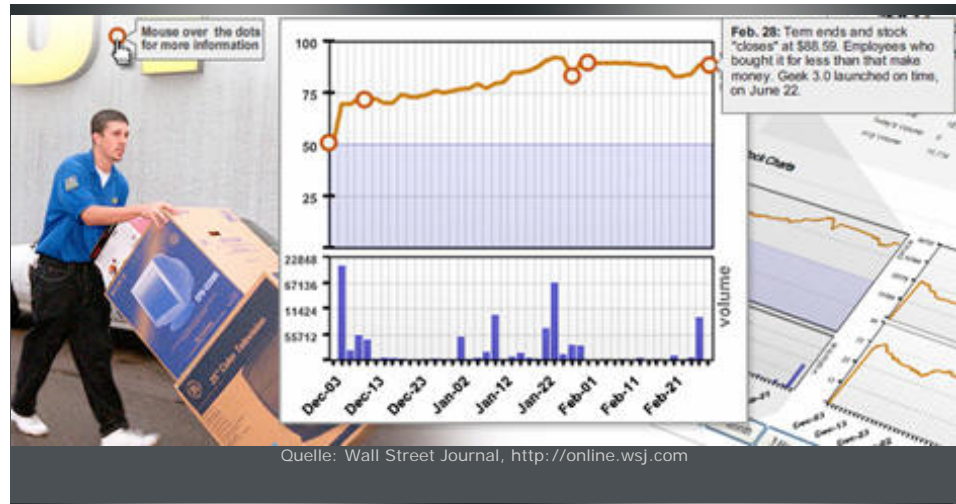
Backstage: „Tag Trade“ bei Best Buy

Jeff Severts ist Marketingchef der Elektronikette Best Buy, einer Art amerikanischem Media Markt. Eines Tages will Severts eine Prognose über den Absatz von Geschenkgutscheinen im kommenden Monat haben. Klar, so etwas gehört zur Routine seines Jobs. Also fragt er die Experten aus der Marketingabteilung. Aber er macht noch etwas anderes: Er sendet die Frage per E-Mail an hunderte Angestellte bei Best Buy und bittet sie um eine Prognose auf Basis des aktuellen Absatztrends. Als Anreiz lockt ein Geschenkgutschein über 50 Dollar für die beste Schätzung.



Als einen Monat später die Verkaufszahlen auf dem Tisch liegen, hat Severts allen Grund zur Freude: Die Schätzung der Marketingexperten liegt nur um 5 Prozent neben dem tatsächlichen Resultat. Aber dann, er hat es geahnt, kommt die Sensation: die Schätzung der „ahnungslosen“ Angestellten weicht um lediglich 0,5 Prozent vom tatsächlichen Ergebnis ab. Ab jetzt ist Severts endgültig von der Schwarmintelligenz überzeugt. Also davon, dass große Gruppen von Menschen oft klüger sind als ihre klügsten Mitglieder. Und er hebt eine Börse für Antworten auf Managementfragen aus der Taufe, die er „Tag Trade“ nennt.

Jeder der 115.000 Angestellten von Best Buy kann mitmachen und für das Management wichtige Prognosen abgeben. Die Belohnung: Das gute Gefühl, dass die eigene Einschätzung zählt und ab und zu auch mal ein Geschenkgutschein für den besten „Händler“ dieser Wissensbörse.



Dieses Beispiel finden wir gleich aus mehreren Gründen gut: Hier bricht jemand bewusst mit dem Dogma, dass die besten Einschätzungen im Unternehmen immer von den Fachleuten kommen. Diese Überzeugung ist ebenso verbreitet wie falsch. Und was uns an dieser Geschichte noch fasziniert, ist das kluge Vorgehen von Severts: Anstatt für das Konzept der Schwarmintelligenz die Werbetrommel im Unternehmen zu rühren, hat Severts zunächst mit einem kleinen Experiment auf verblüffende Weise bewiesen, dass seine Hypothese stimmt. Sein erster Versuch kostete ihn ein paar Stunden Zeit und die Firma 50 Dollar. Erst danach legte er richtig los. Einfach mal ausprobieren mit niedrigem Einsatz – das ist die Einstellung, die Unternehmen weiterbringt.

Inhaltsstoffe

In unserem Business Space Center haben wir folgende Inhaltsstoffe des "Tag Trade" ermittelt:

60% Management Innovation

30% [360-Grad-Blick](#)

10% [Outside-Innovation](#)

LINKTIPPS

» [Best Buy Homepage](#)

» [Wall Street Journal, "Best Buy Taps 'Prediction Market'"](#)

» [New York Times, Betting to Improve the Odds](#)

» [Video: Best Buy CEO Brad Anderson über Tag Trade \(Beginn: 9.52min\)](#)

» [Das Buch zur Schwarmintelligenz: "Die Weisheit der Vielen"](#)

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: Wireless Dental Camera

Ein kleiner Knigge-Test: Wie weisen Sie jemanden, der Zahnstein wie die Rocky Mountains hat, maximal rücksichtsvoll und empathisch darauf hin, dass er gefälligst mal wieder beim Zahnarzt zur Prophylaxe mit schwerem Gerät gehen sollte? Gar nicht so einfach. Wir haben uns kürzlich über diese Frage Gedanken gemacht. Und nein, wir nennen hier keine Namen. Jedenfalls stießen wir kurze Zeit später beim Surfen im Internet zufällig auf ein Produkt, das uns jetzt in der Vorweihnachtszeit geradezu als ideales Geschenk erscheint für ... nun ja.



Quelle: www.chinavasion.com

Mit der drahtlosen Dentalkamera von Chinavasion kann jeder Expeditionen als Mundhöhlenforscher unternehmen und in die schonungslose Wahrheit über sein Gebiss eindringen. Und zwar auf Breitwand und in Farbe. Der scharfe 1,3-Megapixel-Liveblick bis an den Horizont der Speiseröhre lässt sich problemlos auf den Plasmabildschirm des heimischen TV übertragen. Enthüllungsfernsehen der ganz eigenen Art. Da bekommen wir Gänsehaut ...

LINKTIPPS

[» Mehr kuriose Outtakes](#)

[» Mehr Infos & Bestellmöglichkeit der Wireless Dental Camera](#)

Tourkalender

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



[Zu den aktuellen Terminen](#)

Up to date: Förster & Kreuz auf Tour

Von Anfang Dezember bis Mitte Januar nehmen wir uns die Freiheit, nur Dinge zu tun, die unsere Batterien aufladen. Also keine Vorträge und keine Beratung und stattdessen lesen, entdecken, über die Themen für unser neues Buches nachdenken und verreisen. Unsere feste Überzeugung: Kein Mensch kann immer nur Energie abgeben, ohne sich auszupowern. Die Winterzeit ist für uns wie geschaffen, um innerlich zur Ruhe zu kommen.

Diesen Winter erfüllen wir uns einen lang gehegten Traum: eine Reise durch den [Jemen](#). Ängstliche Naturen in unserem Freundeskreis fragen sich gerade, ob sie schon mal für das Lösegeld sparen müssen. Aber keine Sorge, wir werden auf uns aufpassen. Was uns außer dem Weltkulturerbe der Altstadt von [Sanaa](#) mit ihren unglaublichen Lehmhochhäusern am Jemen reizt, ist der Perspektivenwechsel und das Eintauchen in eine ganz andere Welt. Und gerade, weil wir nicht genau wissen, was uns erwartet, ist unsere Vorfreude umso größer.

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 Management-Vordenker einer neuen Generation. Leidenschaftlich, kämpferisch und erfrischend bringen Sie 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

MEHR INFOS

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

Sie können Ihr Abonnement selbst konfigurieren ...

Abbestellen. Klicken Sie auf den folgenden Link, wenn Sie den Business-Backstage-Report nicht mehr erhalten wollen: [Link steht nur bei E-Mail-Versand zur Verfügung.](#)

Ändern. Klicken Sie auf den folgenden Link, wenn Sie Ihre E-Mail-Adresse ändern möchten: [Link steht nur bei 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.

Copyright © ANJA FÖRSTER & DR. PETER KREUZ