

Dienstag, 26. August 2008

Geld bringt kein Profit, Aufträge umso mehr

Geld. In der New Economy glaubten wir alle, dass wenn man viel Geld in die Hand nimmt unweigerlich auch Profit am Ende dabei rauskommt. Man könnte Erfolg mit Geld kaufen. Dem ist nicht so. Deutlich über 90% dieser Geschäftsentwicklungen sind gescheitert. Somit scheint Geld kein Garant für Profit zu sein. Planung. In den zurückliegenden Jahren glaubten viele, dass ein guter Plan der Garant für Profit sei. Man könnte Erfolg, der in Profit mündet, systematisch planen. Auch hier liegt die Quote deutlich unter 10%. Über 90% irrten mit Plan nur genauer. Controlling. In den zurückliegenden Jahren glaubten viele, dass man durch hartes Controlling, das primär aus Einsparungen bestand, profitabler wirtschaften kann. Auch hier lagen viele daneben, der Profit war nur von kurzer Dauer, die Rechnung dafür ist um ein vielfaches höher. Angebote. Ein probates und gängiges Mittel, um eventuell profitabel zu werden, sind Angebotsformen, welche den geneigten Käufer dazu bewegen sollen, das günstigere Angebot zu erwerben. Auch dieses Konzept ist nur von kurzer Dauer, weil es leider immer einen gibt, der billiger ist. Somit ist der teuer erkaufte Erfolg und Profit nur von kurzer Dauer. Jeder denkt, wenn ich genügend Geld habe, einen guten Plan, ein taffes Controlling und zudem ein überzeugendes Angebot, dann muss man einfach profitabel sein. So wie Apple. Die schlecht distribuiert sind. Es gibt kaum Läden, in denen man iPods bekommt. Dann ist Apple auch noch teurer als alle anderen. Somit muss man resümieren, dass Apple ein schlechtes Angebot macht. Und dann stellt Apple bei den Shop-in-Shop-Systemen sündhaft teure Möbel in Läden - da kostet ein Tisch über 10.000 Euro - nur um einen Laptop oder einen Bildschirm darauf zu stellen. Somit scheint das Controlling bei Apple völlig außer Controlling zu sein. Und einen echten Plan kann ich bei Apple auch nicht erkennen. Plötzlich machen die ein Telefon. Dabei hat die Welt schon mehr als genügend Telefone. Apple macht im Gegensatz zu den Vielen, die versuchen alles richtig zu machen, offensichtlich alles falsch. Aber, Apple ist hoch profitabel. Die Anderen nicht. Einzelfall? Was ist mit Bionade. Schlecht distribuiert. Teurer als alle anderen. Geschmacksrichtungen, die keiner kannte. Ein Plan? Nein, nur ein Versuch. Controlling? Jeder Controller schlägt die Hände überm Kopf zusammen, bei dem was die da machen. Geld hatten die auch keins. Ganz im Gegenteil. Glücksfall? Der Mini. Red Bull. Ikea. Canyon Fahrräder... Die profitablen sind in der Regel genau diejenigen, die fortlaufend investieren. Ikea investiert ständig und überall völlig überdimensioniert in seine Kunden. Mehr als in die Produkte könnte man fast denken. Zu Ikea kann man ebenso fahren wie in den Zoo. Es ist ein Erlebnis von vorne bis hinten für die ganze Familie. An alle ist gedacht. Es gibt so viele gute und überzeugende Beispiele. Warum orientieren sich nicht viel mehr an den langfristig profitablen? Wie eitel, ignorant und selbstverliebt muss man sein, ein Unternehmen, ein Produkt, eine Idee lieber an die Wand zu fahren, anstatt zum Erfolg. Das werde ich mein Leben lang nicht kapieren.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:45

Aber woran liegt es ?

Ich sehe es so. Hinter dem Großteil dieser Produkte stehen Menschen oder Firmeninhaber (Leiter) die sich noch mit dem Produkt und den Käufern dieser Produkte identifizieren. Persönliches Engagement (schreibt man das so?) und eigene Persönlichkeit einbringen. Beste Beispiele, Bionade, Apple.

Dies war am Anfang auch bei Microsoft noch so. Aber in dem Moment in dem die Investoren zu Gierig werden oder die Banken sich zu sehr einmischen geht es Bergab.

z.B. Erstelle einen Business Plan für einen Handwerksbetrieb ???

Hallo, ähm wieviel Kunden erwarten Sie? Na, so 1000 im Monat ??

Wer soll hier irgend etwas voraus planen können?

Aufgrund der tollen Entwicklung, hinter einem Betrieb nur noch Zahlen und keine Menschen zu sehen, schrumpfen die Betriebe zusammen, Leute werden haufenweise entlassen.

Und für den Kunden wird immer klarer, wo Menschen entlassen werden, können auch keine Menschen mehr hinterstehen.

Der Service und das "Wir" gefühl fällt ab und am Schluss ist gar der Kunde nur noch lästig und sollte sein Geld doch am liebsten vor der Tür in den Briefkasten werfen.

Anonym am Aug. 26 2008, 11:45

Oder wie ich sagen würde: Wer nur auf numerische Werte aus ist, der darf sich nicht wundern dass die emotionalen zu kurz kommen. Verbundenheit zu Kunden lässt sich nicht in Zahlen ausdrücken, sondern in Übereinstimmung.

Anonym am Aug. 27 2008, 07:47

dem kann ich nur zustimmen...

Anonym am Aug. 28 2008, 15:57