

Mittwoch, 4. März 2009

Na und?

Das Monster ist groß, okay. Und wie nah ist es?

Angenommen, die prognostizierten Einbrüche kommen, dann befinden wir uns Ende 2009 auf dem Stand von 2007; oh my goodness, wir werden verhungern

Kunden, egal welche, hören nicht auf, etwas zu wollen

Preisfrage: Wenn Kunden weniger Lust haben, Geld auszugeben, was werden sie in Zukunft kaufen? Unterpreisten Preisgeildreck?

Oder denkt man vielleicht eher mal nach, dass die Investition in Qualität lohnender ist, weil es eben nicht egal ist? Weil die Strategie, Billigdreck ständig zu erneuern, eben doch teurer ist?

Was machen wir, wenn wir nicht jedes Jahr eine neue Kamera, sondern einmalig jetzt eine Kamera kaufen wollen, die es fünf bis 10 bis 25 Jahre lang tun soll? Oder einen Rechner. Oder Schuhe. Oder eine Jacke. Wie verhalten wir uns? Es geht weniger, okay, aber es geht was. Die Frage ist, wer bleibt im Rennen und wen wirft es raus?

Nehmen wir eine Firma, die in einem Krisenmarkt engagiert war, der einen der bittersten Abstürze der letzten 70 Jahre erleben musste (so geht das doch, mit den Superlativ-Szenarien, oder?). Nehmen wir Google:

1997, September: Registrierung der Domain

1998, September: Erster Mitarbeiter angestellt

1999, Mai: Elfter Mitarbeiter

2000, März: Boo.com geht pleite - die ganze Blase platzt

Komisch, Google macht weiter, zweieinhalb Jahre nach der Firmengründung, und es gab so einen Markteinbruch: Warum haben sie nicht aufgegeben?

2002: Nein-Ellewenn

2002: Google wird Marktführer vor Yahoo

2004: Google ist aufgrund seiner Größe gezwungen, an die Börse zu gehen

2007: Google ist das wertvollste Unternehmen der Welt

Unfair, stimmt's? Google ist doch wirklich ein blödes Beispiel. Eine Ausnahme. Jaja. Wo es doch so vielen Unternehmen in der ganzen Zeit nicht ganz so gut gegangen ist. Aber genau das ist der Punkt: Manche sind weg, manche haben nicht ganz so viel Spaß gehabt, manchen ging es prächtig, und manchen geht es auch heute noch prächtig. Und es soll immer Glück gewesen sein, was den Unterschied macht?

Der wichtigste Unterschied: Die Unternehmen, die es heute noch gibt, haben weiter gemacht. Auch im Kopf. Besonders im Kopf. Und manche haben richtig nachgedacht. Und was Neues gemacht.

iTunes wurde 2001 gegründet, seit 2003 für Windows veröffentlicht

iPhones werden seit Juni 2007 verkauft, ein neues Handy in einem zu-en Markt, sieh an

Geschrieben von Mr. Green in Schmarrnintelligenz um 10:07