

Inhaltsverzeichnis

Über den Autor 5

1 Leben und Werk des Jamie Oliver 11

- Ein absolut genialer Geschäftsmann 15
- Ein Mensch, eine Marke 16
- Die Jugend 21
- Der Ernst des Lebens 24
- Und der Rest ist Geschichte 25
- Anderssein ist alles 26
- Der X-Faktor 29
- Auf einen Blick 30

2 Seien Sie ganz Sie selbst – nur besser 33

- Wie man sich ein Image verschafft 37
- Alle Kriterien erfüllen 40
- Das einzig Wahre 41
- Zeigen Sie sich 43
- Butter bei die Fische 45
- Ein neues Netzwerk 46
- Ein Haufen Schotter 47
- Auf die Marke kommt es an 49

3 Erweitern Sie die Marke 51

- Behalten Sie die Kontrolle 55
- Bringen Sie die Produktionsmittel unter Ihre Kontrolle 57
- Schuster, bleib bei deinen Leisten 58

So erreichen Sie die Massen	61
Experimentieren Sie	62
Die goldene Regel der Markenerweiterung	63
Erweitern Sie Ihre Marke	68

4 Bauen Sie auf das, was Sie gut können 71

Kernkompetenzen	75
Wie dehnbar ist eine Marke?	76
Bleiben Sie präsent mit dem Crossmedia-Mix	82
Wie alles zusammenwirkt	84
Bleiben Sie bei dem Fach, in dem Sie gut sind	86

5 Denken Sie an die soziale Komponente 89

Setzen Sie Ihre Ideen in die Realität um	93
So bringen Sie ein Social Venture zum Laufen	95
Kampagne Kampagneals Weg	100
Auf das Team kommt es an	104
So erzielen Sie Ergebnisse	105
Das nützt auch der Karriere	106
Denken Sie an die soziale Komponente	107

6 Werden Sie das >Gesicht eines Supermarktes< 111

Bleiben Sie Sie selbst	115
Seien Sie anpassungsfähig, aber bleiben Sie Ihrer Botschaft treu	118
Machen Sie sich unabkömmlich	119
Behalten Sie Ihre Unabhängigkeit bei	120
Überstehen Sie stürmische Zeiten	122
Werden Sie das Gesicht eines Supermarktes	126

7 Begegnen Sie Widerständen aktiv 129

Wie man Freunde verliert und Menschen vor den Kopf stößt	134
Stehen Sie auf und klopfen Sie sich den Staub ab	136
Erfinden Sie sich neu und machen Sie weiter	138

Widrigkeiten im Fernsehen begegnen	141
Wie man sich oben hält	142
Mit Widrigkeiten umgehen	143

8 Erschließen Sie sich Märkte im Ausland 145

Nutzen Sie die Stärken Ihres Landes	148
Spielen Sie mit beim Franchising-Spiel	151
Vom Wohlfahrtsunternehmen zum internationalen Business	152
Die Gefahren der internationalen Expansion	155
Exportieren Sie Ihr Format	157
Erschließen Sie sich Märkte im Ausland	159

9 Schützen Sie Ihre Marke 161

Unternehmensstruktur	165
Behalten Sie die Kontrolle	167
Die richtigen Leute einstellen	169
Stellen Sie Top-Leute ein	170
Partner Partner	172
Die Franchise-Nehmer	174
Ein klares Unternehmensziel	176
Schützen Sie die Marke	177

10 Ecken Sie an 179

Ergreifen Sie die Initiative	182
Nehmen Sie sich die Großen vor	184
Schwimmen Sie gegen den Strom	185
Seien Sie offen und setzen Sie Ziele	187
Die Wahrheit über das Huhn und das Ei	190
Negative Auseinandersetzungen	192
Lassen Sie Taten folgen	195
Ecken Sie an	196

11 Wagen Sie etwas 199

- Stehen Sie nicht rum, tun Sie etwas 204
- Angriff ist die beste Verteidigung 205
- Kalkuliert, nicht verrückt 207
- Schwere Zeiten 208
- Wagen Sie etwas 212

12 Unternehmensführung à la Jamie Oliver 215

1. Machen Sie das Beste aus Ihren Stärken 217
2. Erweitern Sie die Marke 218
3. Bauen Sie auf das, was Sie gut können 218
4. Die soziale Komponente 219
5. Werden Sie das Gesicht eines Supermarktes 219
6. Mit Widerständen umgehen 219
7. Erschließen Sie sich Märkte im Ausland 220
8. Schützen Sie Ihre Marke 220
9. Ecken Sie an 221
10. Wagen Sie etwas 221

13 Nachwort: Der Weg in eine nachhaltige Zukunft 223

- Restaurants sind anders 226

14 Anmerkungen 229

Stichwortverzeichnis 233