

Inhaltsverzeichnis

1. Die Zukunft kommt. Sie auch?	15
Blick nach vorne	15
Der Marktanteil hat seine Tücken	18
Zukunftsplanung statt Optimierung	19
2. Warum ist Querdenken wichtig?	23
Eine Definition	23
Die Notwendigkeit, anders zu denken	26
Sich vom Wettbewerb abheben	28
Marktforschung reicht nicht aus	29
Das Unmögliche reizt	32
„Billig“ ist kein Marketing	34
Optimieren ist keine Lösung	35
Bedürfnisse wecken	37
So kann man sich täuschen!	40
3. Querdenken, wie geht das?	43
Spielregeln im Markt ändern	43
Vom Alten lösen	48
Die richtigen Fragen stellen	50
Der Fokus des Marketings	56
Spielmacher und Mitspieler	58
Das „OMA“-Prinzip	60
Offensive Spielweise	62
Fünf Schritte des Spielmachers	64
„Was würde mein Nachfolger tun?“	67

Es gibt keine Einwände	71
Exkurs: Irrationales Verbraucherverhalten	73
4. Der Querdenker-Prozess im Detail	79
Der Anfang	79
Die Präsentation	81
Querdenken kommt von oben	85
Teambuilding und Kick-off	87
Die Arbeit im Querdenker-Team	92
Der Querdenker-Preis	96
Umsetzung des Siegervorschlages	96
Querdenken – Umdenken – Handeln	98
Weitere Querdenker-Quellen (QQ)	99
QQ: Die neuen Mitarbeiter	100
QQ: Reisen und Präsentieren	102
QQ: Task Forces und Workshops	103
QQ: Live Testing	105
QQ: Budgetgespräch	106
QQ: Training und Coaching	108
QQ: QUH Company	109
QQ: Job Rotation	110
Querdenken ist eine Frage der Einstellung	113
Umsetzungshilfen für den Querdenker-Prozess	115
Die ersten Schritte	115
Der Prozess in Kurzform	117
Die Querdenker-Regeln	120
Aufgaben- und Fragenkatalog	121
Querdenker-„Sprüche“	125

5. Forschungsprojekt Querdenken: Wie Unternehmen denken	129
Zielsetzung und Stichprobe	129
Die Ergebnisse	131
Fazit	135
6. Querdenker-Beispiele: Spielregeln erfolgreich geändert	137
Neue Marktsegmente oder Märkte gründen	138
Ryanair	138
Red Bull	142
Cirque du Soleil	145
Darbo	147
Neue Nachfrage für bestehende Produkte generieren	149
Jägermeister	149
Spreewaldhof Gurken	151
Recaro	153
Neue Wettbewerbssituation schaffen	156
Starbucks	156
Vapiano	160
Ikea	163
Hindernisse im Markt eliminieren	166
Dick Fosbury	166
RTL	168
aws Wärme Service	171
CureWell	179
Existente Märkte neu beleben	181
Nespresso	181
FedEx	184
Swatch	187

7. Leider nicht selbst die Spielregeln geändert	191
Zündapp, Kreidler	191
Dual	193
Telefunken	194
Olympia Schreibmaschinen	195
Sony Walkman	197
Quelle	198
8. Fazit: Es gibt keine dummen Gedanken	201
Danksagung	205
Stimmen aus dem Markt	207
Abbildungsverzeichnis	209
Literatur	211
Stichwortverzeichnis	213
Der Autor	216