

# Mit dem besten Strategiebuch des Jahres **business on** die Krise meistern

Hamburg, 05.10.2009 23:31 Uhr (Wolfgang Hanfstein / www.Managementbuch.de)

**Wer seiner Zielgruppe unverzichtbare Dienste leistet, braucht die Krise nicht zu fürchten. Und wer die Krise spürt, sollte sie als gute Gelegenheit für eine qualitative Neuausrichtung nutzen.**



Für diese anspruchsvolle Aufgabe können jetzt sogar kleinste Unternehmen auf die Beratergrößen Fredmund Malik, Kerstin Friedrich und Lothar Seiwert zurückgreifen. Denn diese drei haben mit dem „Großen 1x1 der Erfolgsstrategie“ eine Anleitung geschrieben, mit der Sie sich und Ihr Unternehmen unverwechselbar positionieren können. Mithilfe der Engpasskonzentrierten Strategie.

## **Die Gesetze der Natur zur Positionierung und Führung von Unternehmen nutzen**

„Survival of the fittest“ heißt der Kernsatz Darwins, der bei uns leider in seiner falsch übersetzten Form „Der Stärkere überlebt“ Eingang in das Alltagswissen gefunden hat. Was Darwin wirklich sagte, hört sich ganz anders an: Derjenige überlebt, der sich am besten an die sich verändernden Umweltbedingungen anpassen kann. Ein weiteres Naturgesetz wurde vom Wissenschaftler Philipp Carl Sprenger entdeckt und

vom Chemiker Justus von Liebig populär gemacht: Gehemmttes Pflanzenwachstum beruht oft auf dem Mangel an einem einzigen Stoff. Konzentriert man sich auf diesen „Engpass“ kommt das Wachstum wieder in Fahrt. Aus diesen Erkenntnissen entwickelte in den 1970er Jahren Wolfgang Mewes die „Engpasskonzentrierte Strategie“. So wird das Augenmerk auf zwei wesentliche Fragestellungen gerichtet: 1. Wohin verändern sich die Bedürfnisse Ihrer Kunden? 2. Wo ist der Engpass bei Ihren Kunden, den Sie mit Ihrem Angebot beheben können.

## **Die vier Prinzipien der EKS**

Die drei Autoren zeigen Ihnen in diesem Buch, wie Sie die Engpasskonzentrierte Strategie als eines der intelligentesten Strategieinstrumente einsetzen können. Dabei gilt es, vier Prinzipien zu beachten: 1. Konzentration und Spezialisierung. 2. Das Minimumprinzip (wo ist der wirkungsvollste Punkt, um sich bei Kunden unverzichtbar zu machen bzw. um Umsätze zu steigern?) 3. Immaterielle Vorgänge haben Vorfahrt (jedes Produkt auf der Welt hat zuerst im Kopf seines Entwicklers stattgefunden. Das bedeutet Konzentration auf Emotionen, Wünsche, Spannungen, Erwartungen). 4. Nutzen- vor Gewinnmaximierung. Entlang dieser vier Prinzipien können Sie mithilfe dieses Buches Ihre eigene Strategie entwickeln und neue Wege zu neuen Kunden entdecken!

## **Ein ausgezeichnetes Buch**

Das Buch „Das große 1 x 1 der Erfolgsstrategie“ ist leicht verständlich geschrieben. Die drei Top-Berater haben sich wirklich ins Zeug gelegt und ein Buch verfasst, anhand dessen Sie als Leser die die EKS leicht selbst anwenden können. Eine günstigere und bessere Gelegenheit, strategisch von den Größen Kerstin Friedrich, Lothar Seiwert und Fredmund Malik zu profitieren, wird so schnell nicht wieder kommen. Auch deshalb wurde „Das große 1 x 1 der Erfolgsstrategie“ von Managementbuch.de als Testsieger in der Kategorie „Strategie“ ausgezeichnet.