



Hermann Scherer Jenseits vom Mittelmaß

News-to-use-Letter
Ausgabe: 01
April 2005

„Herzlich willkommen, darf ich Ihnen heute eine Probe unseres Cafe Latte mit Himbeer-Sirup anbieten?“ hörte ich vor kurzem zur Begrüßung in einem Cafe.
„Mit Himbeer-Sirup? Eine ungewöhnliche Mischung (und eine ungewöhnlich freundliche Begrüßung noch dazu)“ meinte ich.
„Wir möchten auch für Ihre Geschmacksnerven ein besonderes Erlebnis bieten.“ meinte die freundliche Barista.

In dieser Ausgabe geht es um Erlebnisse als Wettbewerbsvorteil.
Der News-to-use-Letter von Unternehmen Erfolg und Hermann Scherer ist für alle, die nicht im Mittelmaß versinken, sondern mit Leidenschaft ihre Ziele verfolgen und deshalb regelmäßig wertvolle Praxistipps und aktuelle Informationen rund um die Themen "persönlicher Erfolg" und "Unternehmererfolg" nutzen möchten.

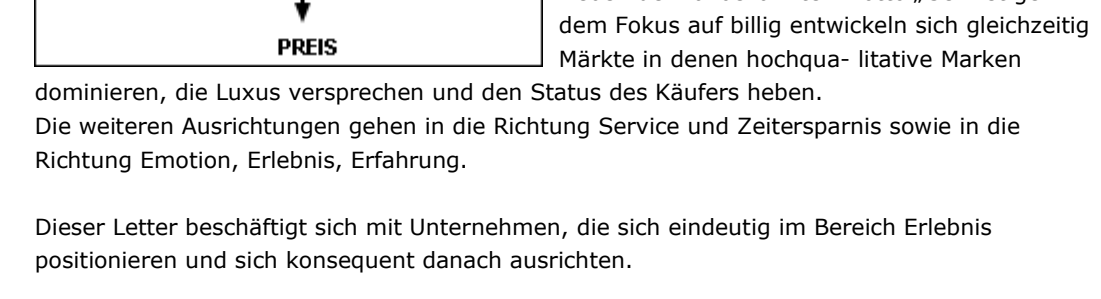
Viel Spaß beim Lesen und möglicherweise sehen wir uns bei einem meiner Vorträge. Die Termine finden Sie hier: www.hermannscherer.de
Und weiter unten gibt es noch Cafe Latte mit Himbeersirup.

Ihr
Hermann Scherer

Inhalt		
01	Polarisierung der Märkte	mehr Information
02	Erlebnis als Wettbewerbsvorteil	mehr Information
03	Erleben Sie Erlebnisse?	mehr Information
04	Wir verschenken Cafe Latte mit Himbeersirup	mehr Information
05	Kalender von Hermann Scherer	mehr Information
06	erLESENe Weiterbildung	mehr Information
07	Menschen. Märkte. Motive.	mehr Information
08	Rund um den News-to-use-Letter	mehr Information
09	Hermann Scherer	mehr Information

- Drucken Sie !** Sie können diesen Newsletter auch grafisch aufbereitet ausdrucken und ganz in Ruhe lesen
- Kopieren Sie !** Nutzen Sie Artikel des Letters für Ihre eigenen Publikationen
Bedingung: ein Hinweis und Link auf www.scherer.us
- Empfehlen Sie !** Empfehlen Sie diesen Newsletter, indem Sie ihn einfach weiterleiten. Vielen Dank!

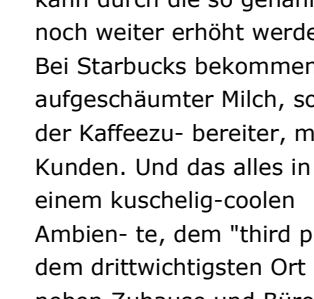
1. Polarisierung der Märkte



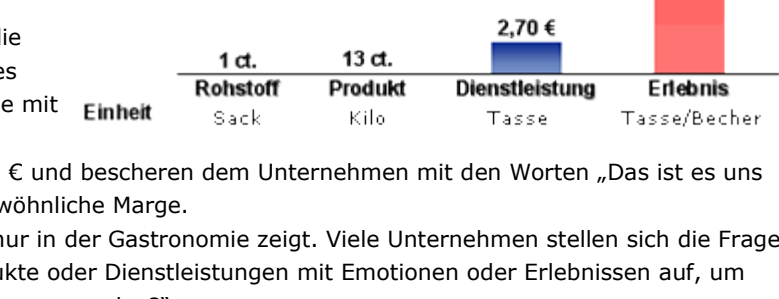
Wie in meinen Vorträgen oft beschrieben, wird es in Zukunft für Unternehmen immer wichtiger sein sich aus der Mittelmäßigkeit zu bewegen und sich am Markt zu profilieren. Im Wesentlichen gibt es die links-stehenden vier Ausrichtungen.
Neben dem allbekannten Motto „Geiz ist geil“ mit dem Fokus auf billig entwickeln sich gleichzeitig Märkte in denen hochqualitative Marken dominieren, die Luxus versprechen und den Status des Käufers heben.
Die weiteren Ausrichtungen gehen in die Richtung Service und Zeitersparnis sowie in die Richtung Emotion, Erlebnis, Erfahrung.

Dieser Letter beschäftigt sich mit Unternehmen, die sich eindeutig im Bereich Erlebnis positionieren und sich konsequent danach ausrichten.

2. Erlebnis als Wettbewerbsvorteil:



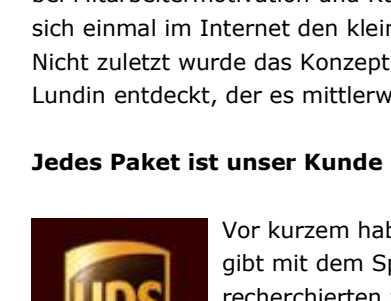
Nehmen wir beispielsweise die KaffeeKette Starbucks. Mit über 8.000 Niederlassungen die erfolgreichste KaffeeKette der Welt. An dem Beispiel Starbucks lässt sich sehr gut erklären, wie sich die Wertschöpfung vom Rohstoff über das Produkt und die Dienstleistung schließlich auf die Emotion verlagert hat. Während früher der Rohstoff Kaffee noch sehr kostbar war, so verdient mittlerweile ein Kaffeebauer nur wenig am Anbau. Etwas höher ist die Wertschöpfung für ein Päckchen Kaffee, die für ein halbes Kilo und einen Verkaufspreis von durchschnittlich 4 € bis 5 € etwa 0,15 bis 0,25 € trägt. Eine deutliche Steigerung erfährt die Wertschöpfung bei der Dienstleistung Kaffee, denn der Verkaufspreis für eine Tasse Kaffee in einem Restaurant liegt beispielsweise bei 2,00 bis 3,00 €. Wenn diese Dienstleistung noch mit Emotionen angereichert wird, dann kann der Verkaufswert schnell erhöht und sogar vervielfacht werden. So kostet der Cappuccino bei Starbucks bis 4,40 €. Der kann durch die so genannten „additional shots“ - wie zum Beispiel Himbeer- oder Vanillesirup - noch weiter erhöht werden. Und das für einen Kaffee im Pappbecher mit Selbstbedienung! Bei Starbucks bekommen Sie eben nicht nur einen Kaffee mit gutem Aroma und lecker aufgeschäumter Milch, sondern Sie erleben auch einen herzlich-spaßigen Umgang der Barista, der Kaffeezubereiter, mit den Kunden. Und das alles in einem kuschelig-coolen Ambiente, dem drittweitigsten Ort neben Zuhause und Büro. Am Wochenende auf der Bühler Höhe leisten sich die Kunden sogar zur Feier des Tages ein Könnchen Kaffee mit Ausblick auf die schöne Landschaft für über 14,00 € und beschenken dem Unternehmen mit den Worten „Das ist es uns heute wert“ eine außergewöhnliche Marge.



Ein Trend, der sich nicht nur in der Gastronomie zeigt. Viele Unternehmen stellen sich die Frage „Wie lade ich meine Produkte oder Dienstleistungen mit Emotionen oder Erlebnissen auf, um spannend für meine Kunden zu werden?“

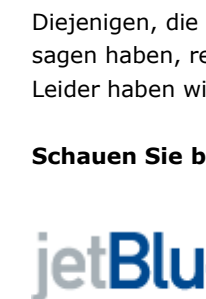
3. Erleben Sie Erlebnisse?

Vorsicht Fisch



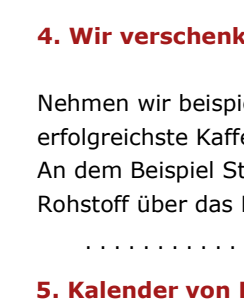
Sie kennen den Weltbestseller „fish“, das ungewöhnliche Motivationsbuch. Es ist entstanden durch den Pike Place Fish Market in Seattle, der es wie kein anderer versteht, die langweilige und stinkende Ware Fisch positiv zu emotionalisieren und dadurch Rekorde bei Mitarbeitermotivation und Kundenbegeisterung zu feiern. Das verwundert wenig, wenn Sie sich einmal im Internet den kleinen Film des Fischmarktes ansehen www.pikeplacefish.com Nicht zuletzt wurde das Konzept des Marktes durch den Business-school Professor Stephen Lundin entdeckt, der es mittlerweile erfolgreich auf diverse Branchen übertragen hat.

Jedes Paket ist unser Kunde



Vor kurzem habe ich gehört, dass es in jedem Lager von UPS ein großes Plakat gibt mit dem Spruch "Jedes Paket ist Gast unseres Hauses". Sofort recherchierten wir ergebnislos über den europäischen Manager für Öffentlichkeitsarbeit. Normalerweise ist es eher so, dass sich die Marketing-Abteilung eine tolle Philosophie ausdenkt, die sich von oben nach unten irgendwo verliert und der Mitarbeiter davon gar nichts mehr mitbekommt. Hier muss die Idee anscheinend von einem Mitarbeiter gekommen sein. Diejenigen, die mit dem Kunden reden, haben meist nichts zu sagen. Diejenigen, die etwas zu sagen haben, reden meist nicht mit dem Kunden. Läden haben wir dieses Plakat noch nie gesehen. Offensichtlich sind wir keine Pakete.

Schauen Sie bitte nach links

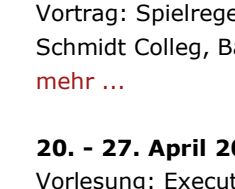


Bei JetBlue, eine der wachstumsstärksten Airlines in Nordamerika begrüßt der Kapitän die Fluggäste so: „Sehr geehrte Damen und Herren, wir rollen gerade Richtung Startbahn. Sollten Sie auf der linken Seite sitzen, dann schauen Sie bitte kurz aus dem Fenster, denn unsere Bodencrew will sich von Ihnen verabschieden.“ Und bei einem Blick aus dem linken Fenster sehen die Gäste die winkende Crew.

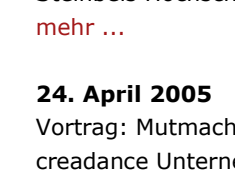
4. Wir verschenken Cafe Latte mit Himbeersirup

Nehmen wir beispielsweise die KaffeeKette Starbucks. Mit über 8.000 Niederlassungen die erfolgreichste KaffeeKette der Welt. An dem Beispiel Starbucks lässt sich sehr gut erklären, wie sich die Wertschöpfung vom Rohstoff über das Produkt und die Dienstleistung schließlich auf die Emotion verlagert hat.

5. Kalender von Hermann Scherer



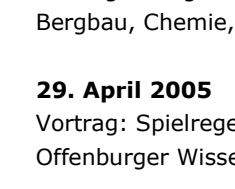
15. April 2005
Vortrag: Spielregeln für die Pole-Position in den Märkten von morgen
Freudenberg Process Seals KG, ViernheimTipp: Die CollegTage 2005 des Schmidt Colleg sind wirklich eine besondere Veranstaltung!



16. April 2005
Vortrag: Spielregeln für die Pole-Position in den Märkten von morgen
Schmidt Colleg, Bayreuth
[mehr ...](#)



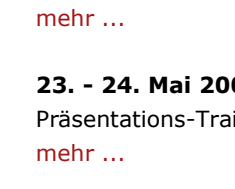
20. - 27. April 2005
Vorlesung: Executive MBA Entrepreneurial Leadership
Steinbeis Hochschule Berlin, Berlin
[mehr ...](#)



24. April 2005
Vortrag: Mutmacher sind Marktmacher
creadance Unternehmertag 2005, Münster



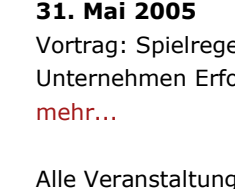
27. April 2005
Vortrag: Spielregeln der Pole-Position in den Märkten von morgen
Landesverband der Arbeitskreise Unternehmerfrauen im Handwerk Baden-Württemberg e.V., Pforzheim



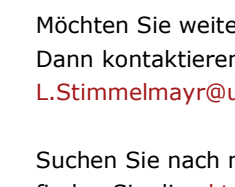
28. April 2005
Vortrag: Mutiges Management für die Märkte von morgen, IGBCE Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie, Gendorf



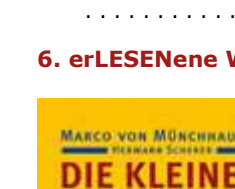
29. April 2005
Vortrag: Spielregeln für die Pole-Position in den Märkten von morgen, Speakers Excellence, 1. Offenburger Wissensforum, Offenburg



17. Mai 2005
Vortrag: Verkaufen im Verdrängungswettbewerb, Herweg AG, Kundenveranstaltung, Düsseldorf



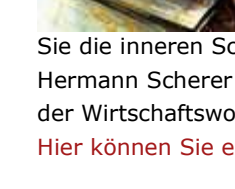
19. Mai 2005
Vortrag: Spielregeln für die Pole-Position in den Märkten von morgen, Stuttgarter Zeitung, Denkanstöße - Von den Besten profitieren, Stuttgart
[mehr ...](#)



23. - 24. Mai 2005
Präsentations-Training: Wirkung. Immer. Überall. Unternehmen Erfolg, München
[mehr ...](#)



24. Mai 2005
Vortrag: Exzellenter Kundenservice, Christ Schmuck, Dortmund



30.- 31. Mai 2005
Seminar: Spielregeln für die Pole-Position in den Märkten von morgen, Schäfer Consulting & Partner, Mallorca



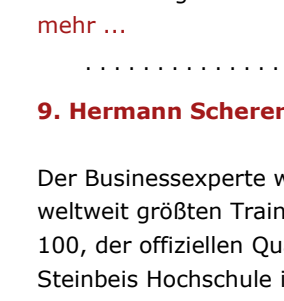
31. Mai 2005
Vortrag: Spielregeln für die Pole-Position in den Märkten von morgen, Süddeutsche Zeitung und Unternehmen Erfolg, Wissensforum - Von den Besten profitieren, München
[mehr...](#)

Alle Veranstaltungstermine finden Sie unter www.hermannscherer.de

Möchten Sie weitere Infos – oder an einer der Veranstaltungen teilnehmen?
Dann kontaktieren Sie bitte Leni Stimmelmayer per Telefon unter 0 81 61 / 99 19-30 oder L.Stimmelmayer@unternehmen-erfolg.de. Wir reservieren Ihnen gerne einen Platz.

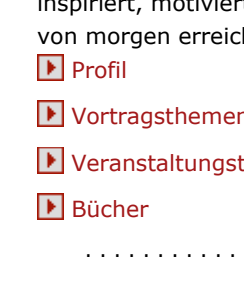
Suchen Sie nach motivierenden und aktuellen Vortragsthemen für Ihre Veranstaltung? Hier finden Sie die **aktuellen Themen** von Hermann Scherer.

6. erLESENe Weiterbildung



Von obigen Beispielen gibt es noch viel zu wenige. Was hindert uns daran neue Ideen auszuprobieren? Warum scheitern Veränderungsprozesse im Unternehmen immer wieder? Warum werden innovative Strategien, die mit viel Engagement entwickelt wurden, nicht umgesetzt? Warum wird über Verantwortlichkeiten diskutiert statt gehandelt?
Wann immer ein Projekt an Umsetzungsproblemen scheitert, könnte es an einer ganz besonderen Art von Sabotage liegen: an den inneren Schweinehunden, die sich träge unter Konferenztischen, auf den Schreibtischen der Mitarbeiter, aber auch neben den Chefesseln räkeln und jede Art von Wandel scheitern.Die kleinen Saboteure, So ragen Sie die inneren Schweinehunde im Unternehmen von Freiherr Dr. Marco von Münchhausen und Hermann Scherer ist jetzt als Taschenbuch erschienen und erreichte auf Anhieb die Top Ten der Wirtschaftswoche Bestseller-Liste.
[Hier können Sie es bei amazon.de für 9,90 EUR bestellen.](#)

7. Menschen. Märkte. Motive.

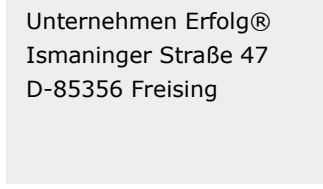


Ein Seminarerlebnis der Spitzenklasse. Referenten, die im deutschsprachigen Raum kaum öffentlich zu sehen sind in drei Ein-Tages-Seminaren in der Reihe „Menschen. Märkte. Motive.“ zu sensationellen Konditionen.
20. Oktober: Prof. Samy Molcho, Körpersprache
21. Oktober: Hermann Scherer, Spielregeln für die Märkte von morgen
22. Oktober: Dr. Reinhard K. Sprenger über seine Bestseller

Weitere Infos finden Sie hier.

Anmelden können Sie sich [hier](#) (Im Internet sparen Sie die Tagungspauschale)

8. Rund um den News-to-use-Letter



E-Mail Marketing kommt an
Bei der Vermarktung ihrer Produkte, stärker auf der Neukundengewinnung und auch bei der Kundenbindung von Unternehmen immer stärker auf E-Mail-Marketing.

Wer gerade auf der Suche nach einer verlässlichen und bedienenden Versandlösung ist, findet mit mailingwork ein hervorragendes Werkzeug.
mailingwork ist maßgeschneidert für Unternehmen welche E-Mail Marketing betreiben möchten und einen eigenen Newsletter versenden möchten.
[mehr ...](#)

9. Hermann Scherer

Der Businessexperte war internationaler, Trainerausbilder und Manager of Instruction der weltweit größten Trainingsorganisation. Der Autor zahlreicher Bücher ist Mitglied im Q-Pool 100, der offiziellen Qualitätsgemeinschaft internationaler Wirtschaftstrainer und ist Dozent der Steinbeis Hochschule in Berlin und des Managementseminars der Universität St. Gallen. Er veranstaltete das Zukunftsforum mit Bill Clinton und berät Marktführer und solche, die es werden wollen. Heute vermittelt er sein Wissen als motivierender Redner bei Mitarbeiter- oder Kundenveranstaltungen, Kick-Offs, Kongressen, Events oder Tagungen. Die Themen Unternehmenserfolg und persönlicher Erfolg stehen im Zentrum der Vorträge. Er informiert, inspiriert, motiviert, gibt wertvolle Impulse und zeigt, wie sich die Pole-Position in den Märkten von morgen erreichen lässt.

- [Profil](#)
- [Vortragsthemen](#)
- [Veranstaltungstermine](#)
- [Bücher](#)
- [Pressestimmen](#)
- [Referenzen](#)
- [Kundenstimmen](#)

Sie möchten den "News-to-use-Letter" nicht mehr erhalten? Um den Newsletter abzubestellen klicken Sie bitte [\[abmeldelink\]hier/\[abmeldelink\]](#).

Fotos: www.pikeplacefish.com

Sie wünschen weitere Informationen?

Dann schreiben Sie uns - wir werden uns umgehend bei Ihnen melden. Natürlich freuen wir uns auch über Ihren Anruf oder Ihr Fax.

Unternehmen Erfolg @ Ismaninger Straße 47 D-85356 Freising
Leni Stimmelmayer Telefon: +49,(0)8161.9919.0 E-Mail: L.Stimmelmayer@unternehmen-erfolg.de